

# ACIM

A REVISTA DE NEGÓCIOS DO PARANÁ



DOAÇÃO DE MÁSCARAS



DOAÇÃO DE RESPIRADORES

inovus ACIM  
Paraná

INOVAÇÃO



COMÉRCIO BONITO



EMPRÉSTIMOS

ACIM

SICODB

ACIM



CHAMPAGNE

PERRIER-JOUËT

THE ART OF REVEALING NATURE

VENDA E CONSUMO PROIBIDOS  
PARA MENORES DE 18 ANOS.

**BEBA COM MODERAÇÃO.**



**Século**  
A DEGA

PARA • BRINDAR  
OS • BONS • MOMENTOS  
[www.seculoadega.com.br](http://www.seculoadega.com.br)

## É PRECISO OLHAR ALÉM!

O ano de 2020 se encerra frente a um mundo ainda incerto, sabemos. Muitos foram os aprendizados e os desafios durante este período que, de longe, tem sido o mais complexo das duas últimas décadas.

Hoje estamos vivendo uma situação que nos dificulta enxergar oportunidades. Mas é preciso dizer e repetir: elas são reais, possíveis e estão à nossa disposição.

Em uma analogia simples, é como se estivéssemos em uma rodovia passando próximo ao pé de uma montanha. Por estarmos perto, conseguimos ver muitos detalhes: do verde da grama aos galhos das árvores à beira da estrada. Mas essa visão é limitada. Quando nos distanciamos, quilômetros à frente, a situação se transforma. Perdemos a noção dos detalhes, mas ganhamos algo tão importante quanto: a amplitude da montanha. Conseguimos, tão somente assim, analisar o tamanho da estrutura que atravessamos.

É dessa forma que vejo o momento que temos transitado. Será necessário o distanciamento da pandemia para compreendermos a sua envergadura. Perderemos detalhes, mas ganharemos em noção de realidade.

Portanto, significa que todos, invariavelmente, estamos cruzando essa estrada. É um momento de mudança, a caminho de um mundo que foi transformado drasticamente. E é notório que precisamos estar preparados para olhar além dessa montanha. Para isso é necessário planejamento.

Mesmo ao longo deste período de restrições, por meio de muito planejamento e a parceria com outras entidades da sociedade civil organizada,



bem como com o poder público, conseguimos várias conquistas para Maringá e região. Desde a aquisição de equipamentos e insumos para hospitais públicos e privados ao desenvolvimento do anteprojeto de duplicação da PR-317, que liga Maringá a Iguaraçu, do qual o Governo do Paraná assumiu publicamente o compromisso de executar a obra.

Com planejamento, tudo é possível. Agora é preciso, mais do que nunca, traçar metas com o intuito de estabelecer as melhores rotas para nos distanciarmos dessa montanha que estamos atravessando. Mas é fato: esta pedra ficará pelo caminho e a veremos de longe, sobre os ombros, e de um lugar muito melhor. O ano de 2021 será de grandes realizações!

**MICHEL FELIPPE SOARES É PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO COMERCIAL E EMPRESARIAL DE MARINGÁ (ACIM)**

## ENTREVISTA

Na era da pandemia as empresas contratam profissionais que trazem resultados imediatos e preservam os empregos de quem tem a melhor performance, e não os colaboradores que trabalhavam em equipe, é o que conta o especialista em comportamento humano, Alberto Roitman

10



## REPORTAGEM DE CAPA

Em meio a empresas fechadas ou com restrições de funcionamento e sem caixa até para cumprir a folha de pagamento, a ACIM teve grandes desafios, ajudando a disponibilizar linhas de crédito, sendo interlocutora junto ao poder público e equipando hospitais públicos

17



## TURISMO

Um dos setores mais afetados pela pandemia, o turismo ganhou fôlego com as viagens regionais, que unem deslocamento de carro, contato com a natureza e cuidados redobrados nas medidas de distanciamento, assim pousadas como o Parque das Gabirobas comemoram bons resultados

28



## TRIBUTAÇÃO

A mudança de regime tributário é recomendada após análise dos custos com folha de pagamento, faturamento, ramo de atividade, margem de lucro, entre outros fatores; contador Júnior Cesar Marcon reforça que a alteração deve ser feita em janeiro

33



# O PLANO DE SAÚDE IDEAL PARA OS ASSOCIADOS ACIM

Vem pro Santa Rita Saúde e tenha toda a segurança de um moderno e bem equipado hospital próprio, com a comodidade e a facilidade de ter centros médicos próprios na sua região. E ainda Espaço Saúde dedicado à medicina preventiva, ampla rede credenciada e muitos outros benefícios que só o Santa Rita Saúde pode oferecer aos associados da Acim.

Aproveite nossos planos com descontos exclusivos para todos os lojistas associados da Acim.

PLANOS A PARTIR DE  
**R\$ 58<sup>,88</sup>**  
/MÊS

Preços especiais no Santa Rita Odonto, planos a partir de **R\$ 11,90\*\*** por mês (só para associados Acim);

Centros Médicos próprios e bem equipados, localizados bem pertinho de você: Maringá, Sarandi, Mandaguari, Paçandu, Cianorte, Nova Esperança, Campo Mourão e Paranavaí.

Saiba mais:  
**(44) 3027.1730**



**santaritasaude.com.br**

**SANTA RITA<sup>®</sup>**  
**SAÚDE**

O PLANO PARA UMA VIDA MELHOR

\*Valor do plano Saúde Perfeita II, faixa etária de 0 a 18 anos, conforme condições contratuais  
\*\*Exclusivo para clientes que já possuem plano de saúde



## REELEIÇÃO DE ULISSES MAIA E NOVOS VEREADORES

O prefeito Ulisses Maia (PSD) foi reeleito em primeiro turno, em 15 de novembro, com 56,8%, totalizando 103.010 votos - o vice-prefeito é Edson Scabora, que vai para o segundo mandato. Em segundo lugar ficou Homero Marchese (Pros), com 18,8% dos votos, seguido por Coronel Audilene (PP) com 9,6%. Também foram eleitos 15 vereadores, sendo Flávio Mantovani (Rede) o mais votado, com 6.434 votos. Foram eleitos ainda para mandato de quatro anos: Altamir da Lotérica (Pode), Bravin (PSD), Alex Chaves (MDB), Mário Verri (PT), Professora Ana Lucia (PDT), Maninho (PDT), Biazon (PSL), Onivaldo Barri (PSL), Sidnei Telles (Avante), Delegado Luiz Alves (Republicanos), Mario Hossokawa (PP), Cris Lauer (PSC), Dr. Manoel (PL) e Rafael Roza (Pros).

## AÇÃO INOVADORA PARA O COMÉRCIO

O programa Varejo Inteligente lançou o 'Portfólio de soluções amigas do comércio'. Trata-se de um material que reúne soluções apresentadas a varejistas de Maringá, com o objetivo de gerar negócios entre fornecedores locais. Para integrar o portfólio, inscreveram-se empresas que ofertam meios de pagamento, ambientes virtuais, e-commerce, engajamento do consumidor, operações, logística, inteligência das coisas, entre outras. Além de ganhar visibilidade por meio do portfólio, que também será divulgado nos canais dos realizadores do Programa Varejo Inteligente, os participantes têm acesso a rodadas de negócios. O material será permanente, passando por atualizações periódicas, e está disponível em <https://maringaentrega.com.br>. "Essa ação é um mapeamento de fornecedores que podem resolver necessidades dos comerciantes. A intenção é fazer a economia local girar, aproximando quem oferece soluções de quem precisa", diz Erica Sanches, consultora do Sebrae/PR, que coordena o trabalho. O Varejo Inteligente é realizado pelo Sebrae/PR, ACIM, prefeitura de Maringá, Sivamar e Sistema Fecomércio.



## NOVA GESTÃO NO OBSERVATÓRIO SOCIAL

A advogada Cristiane Tomiazzi é a nova presidente do Observatório Social de Maringá, em 26 de novembro, durante cerimônia virtual. Voluntária da entidade há oito anos, ela assumiu o cargo ocupado por Giuliana Lenza. Foram empossados também os novos membros do Conselho de Administração (Milton Laforga, Júlia Nakagawa, Marcos Luchiancenkol e Paulo César Bandolin) e Conselho Fiscal (Antonio Tadeu Rodrigues, Marli Naomi Sakae Murase e Rosa Fátima dos Santos) - a eleição foi realizada em 4 de novembro. Desde 2004 a entidade acompanha a gestão pública por meio de análises técnicas e a legalidade de licitações e contratos, e promove atividades voltadas à educação fiscal. Em 2019 foram mais de 1,4 mil horas de trabalho executadas pelos voluntários, e nos últimos 13 anos, entre 2007 e 2019, foram mais de R\$ 128 milhões em proveito econômico.

## OBRAS NO AEROPORTO

O Aeroporto Regional de Maringá Silvio Name Júnior ficará fechado entre 1 e 15 de dezembro para a finalização de obras na pista, com recapeamento da parte central. De acordo com o superintendente Fernando Rezende, com a pandemia, após queda brusca, o movimento vem aumentando mensalmente. Se em abril foram cerca de 300 passageiros, em outubro o fluxo foi de 28 mil pessoas, entre embarques e desembarques. Os voos têm tido ocupação superior a 75%, e a segunda quinzena de dezembro deverá registrar também grande fluxo.

Melhores Empresas  
para Trabalhar™

Paraná

Great  
Place  
To  
Work®

BRASIL  
2020

# Rankeamos!

Quando se trabalha  
com a melhor equipe,  
temos o melhor  
resultado.



**MARINGA PARK**  
PRONTO PRA PASSAR MAIS TEMPO COM VOCÊ

Av. São Paulo, 1099 - Centro | Maringá - PR

🐦 @maringapark 📺 /maringapark 📷 @mgaparkshopping

# Um Natal de Sonhos

Cheio de novidades, motivos e presentes para encantar todos os corações.



© 2020 Maringá Park

A partir (ou enquanto durarem os estoques) de 25/11

Compre & Ganhe | Ursinhos + Chás Moncloa

Confira o regulamento em [maingapark.com.br](http://maingapark.com.br)



A SUA VITRINE DIGITAL.

Presentes, moda, beleza, tecnologia, alimentação, tudo num clique.

Acesse: [parkentrega.com.br](http://parkentrega.com.br)

NOVA PRAÇA DE ALIMENTAÇÃO

Novo mobiliário, mais aconchego e cheia de novidades.



MARINGÁ PARK

Consulte horários em nosso site.

O Maringá Park está tomando todas as medidas de segurança e prevenção contra o coronavírus.



# ENTREVISTA

## Quem é?

Alberto Roitman

## O que faz?

Especialista em comportamento humano

## É destaque por?

Fundou a Escola do Caos e escreveu o livro 'Você é o que você entrega! - 60 Dicas para se destacar no mundo corporativo'

por Rosângela Gris

## “A PERFORMANCE É O QUE MANTÉM O EMPREGO”

Diante das incertezas impostas pela pandemia da Covid-19, parte das empresas fechou postos de trabalho e está substituindo colaboradores por salários mais baixos. Mas nem por isso o momento é de estagnação na carreira profissional. Muito pelo contrário. O momento é de crescer profissionalmente e se preparar para as demandas inesperadas do ‘novo’ mercado de trabalho.

“Todos os grandes momentos de crescimento de empresas e pessoas foram precedidos pelo caos. É ele quem nos empurra para sair da zona de conforto e nos força a desenvolver novas competências, novos comportamentos”, destaca o especialista em comportamento humano, Alberto Roitman.

“O problema é que o caos nos pega de surpresa e por mais que sejamos otimistas, sabendo que tudo vai passar, acabamos ficando ansiosos, pois temos contas para pagar todo mês”, acrescenta.

Para ajudar os profissionais a lidar com esses sentimentos, o especialista fundou a Escola do Caos, especializada em liderança e inovação. O objetivo é estimular pessoas e empresas a provocar rupturas, reinventar mercados e construir o futuro a partir do caos ressignificado.

Roitman também é podcaster no Caos Corporativo, disponível na plataforma Spotify, e autor dos livros ‘Você é o que você entrega! - 60 Dicas para se destacar no mundo corporativo’ e a ‘Última Chance’. Em entrevista à Revista ACIM, ele analisa o mercado de trabalho e dá dicas para profissionais que querem deslanchar na carreira:

### É POSSÍVEL CRESCER NA CARREIRA EM UM MOMENTO DE TANTA TURBULÊNCIA?

A ansiedade do profissional, a angústia de não se recolocar, a insegurança de não conseguir visualizar o futuro, tudo isso gera descompensação emocional. Somos assim. O grande desafio é não deixar as dores do caos paralisarem. É necessário entender que, neste momento de sofrimento, não é possível estagnar. É preciso se reinventar, avaliar uma nova carreira, ganhar menos, mudar de profissão, matricular-se em um curso que não estava no radar. Algo precisa ser feito. O objetivo do profissional que aprende com o caos é voltar à arena o mais rápido possível.

### EXISTE UM PERFIL DE PROFISSIONAL QUE SE SAI MELHOR EM AMBIENTES CAÓTICOS?

Sim, e há muitos. Entre eles estão profissionais liberais, como taxistas, autônomos, freelancers, ou seja, pessoas que não têm vínculos empregatícios e já tinham o costume de matar um leão por dia,

já viviam em cenários de insegurança. Para eles, ganhar o pão é um desafio diário. Pessoas assalariadas, que tinham contrato estável de trabalho, ganhavam o salário no final do mês e perderam o emprego foram arremessadas para uma situação onde não estavam acostumadas a improvisar, se virar, gerar receita com o que tinham disponível. Esses profissionais travaram na crise. Até desenvolver o ‘se vira nos 30’ pode demorar.

### QUAL O TIPO DE PROFISSIONAL REQUISITADO PELAS EMPRESAS NESTE MOMENTO?

Houve uma mudança radical no mercado. Antes as empresas analisavam o currículo do candidato para saber o que ele tinha feito e projetavam se o colaborador, baseado em suas análises do passado, poderia performar no futuro. Era uma análise para uma aposta. Essa aposta não existe mais, pois esse colaborador trabalhou em um mundo que não existe mais. Agora estão sendo feitos acordos de trabalho por performance. Contrato para você entregar determinada performance. Caso contrário, terminamos aqui. Não há tempo para desen-

volver o colaborador, esperar que ele engrene depois de três ou seis meses. Antigamente havia uma tolerância ao processo de adaptabilidade. Agora os mais requisitados são aqueles que entram vestindo a camisa e fazendo gols na primeira partida. A régua subiu.

## ESSES PROFISSIONAIS CONSEGUEM ATUAR JUNTOS EM UMA EMPRESA OU SETOR?

A competitividade está aumentando, contrariando o discurso das empresas de que é necessário trabalhar em equipe. Há um contrassenso nisso. Muitas empresas pediam para que todos trabalhassem em equipe, mas apenas uma parte foi mandada embora na crise. Os que melhor performavam ficaram. O recado foi dado errado, ou seja, quando o cinto apertou, não se preservou o emprego dos que trabalhavam em equipe, mas dos que mais performavam. O colaborador entendeu que a performance é o que mantém o emprego. Voltar com o discurso do trabalho em equipe não vai colar.

## DIANTE DO DESEMPREGO, INCENTIVA-SE O EMPREENDEDORISMO. COMO VOCÊ AVALIA A MIGRAÇÃO DE TRABALHADOR PARA EMPREENDEDOR?

É a grande sacada e o próximo movimento de um colaborador que tem maturidade suficiente no mercado de trabalho. A competitividade chegará a níveis extremos. Os chefes não têm preparo para liderar em sua maioria. É preciso entender que nem todo líder tem condições de ser inspirador. Alguns nem querem isso, apesar de se recursarem a admitir. O exercício da liderança é sofrível para muita gente que sequer consegue arrumar a cama direito, o que dirá dar ordens. Trabalhar em um ambiente assim é ganhar uma úlcera. A saída para esses colaboradores é montar sua empresa. O foco agora é muito maior na felicidade do que no cliente.

## UM PROFISSIONAL BEM-SUCEDIDO OBRIGATORIAMENTE SERÁ UM EMPREENDEDOR DE SUCESSO?

Deveria ser o caminho natural. As pessoas se iludem com as empresas achando que elas são in-críveis. Colocam posts no LinkedIn com o famoso #orgulhodepertencer. É só trocar o chefe, mudar a atividade, dar um aviso prévio que esse orgulho se dissolve mais rápido que aspirina. É preciso acabar com a hipocrisia de achar que um profissional vai fazer carreira na empresa como fazia antigamente. Hoje posso estar bem, mas amanhã tudo muda. Cuidado com as ilusões dos discursos de presidentes de empresa.

**“QUANDO O CINTO APERTOU, NÃO SE PRESERVOU O EMPREGO DOS QUE TRABALHAVAM EM EQUIPE, MAS DOS QUE MAIS PERFORMAVAM. O COLABORADOR ENTENDEU QUE A PERFORMANCE É O QUE MANTÉM O EMPREGO. VOLTAR COM O DISCURSO DO TRABALHO EM EQUIPE NÃO VAI COLAR”**



## A PANDEMIA MUDOU AS RELAÇÕES DE TRABALHO, PRINCIPALMENTE COM A INTENSIFICAÇÃO DO HOME OFFICE. COMO ESSA MUDANÇA IMPACTA NA CARREIRA?

Está havendo um grande equívoco no mercado. As empresas estão entregando os prédios e salas comerciais pensando que os colaboradores se acostumaram a trabalhar em casa. Está se perdendo uma oportunidade de fazer um *assessment* [pesquisa] sobre quem tem perfil para ficar em casa e quem tem perfil para voltar ao escritório. Existem profissionais que vão performar bem em casa e outros no escritório. As empresas precisam entender isso. Será um diferencial competitivo para as empresas que souberem identificar o per-

fil do colaborador e extrair o que há de melhor de uma relação ganha-ganha.

## O QUE DEVE SER LEVADO EM CONTA NA HORA DE TRAÇAR METAS PARA A CARREIRA?

O maior capital intelectual que um profissional tem hoje é o *networking*. O conhecimento técnico é relevante, mas ter amigos e créditos com pessoas são mais relevantes. Estou todos os dias nas empresas e posso garantir que o líder que está na sua função ou o que foi promovido nem era o mais habilidoso, o que se destacava tecnicamente. Quem é promovido é o que tem a maior confiança do chefe. O chefe não quer problemas, coloca alguém que ele saiba que não vai fazer besteira. Ter *networking* é conseguir qualquer coisa na carreira.

## O QUE PODEMOS ESPERAR DO MERCADO DE TRABALHO NOS PRÓXIMOS ANOS?

Uma hipercompetição por parte dos colaboradores, uma migração em massa para a *GIG economy* (com economias mais informais) e flexibilização dos contratos. Vejo que as pessoas vão questionar os dogmas das empresas, tais como ‘trabalhe bastante que eu te promovo’, ‘me encante com o propósito da sua empresa’ e ‘enquanto tivermos uma boa relação e um bom salário eu darei o sangue’. A relação será de troca imediata, instantânea. O futuro é muito longe e caro para combinarmos algo agora para a empresa me entregar somente daqui cinco anos.

**“NÃO HÁ TEMPO PARA DESENVOLVER O COLABORADOR, ESPERAR QUE ELE ENGRENE DEPOIS DE TRÊS OU SEIS MESES. ANTIGAMENTE HAVIA UMA TOLERÂNCIA AO PROCESSO DE ADAPTABILIDADE. AGORA OS MAIS REQUISITADOS SÃO AQUELES QUE ENTRAM VESTINDO A CAMISA E FAZENDO GOLS NA PRIMEIRA PARTIDA”**

## QUAIS AS DICAS DO SEU LIVRO ‘VOCÊ É O QUE VOCÊ ENTREGA’?

A minha primeira dica relevante é investir todos os dias em aprender algo novo. Abra o celular e procure um vídeo no Youtube que te faça aprender algo, leia o resumo de um livro, compartilhe informações com colegas, escreva artigos. Isso ninguém tira: conhecimento. A segunda dica é invista o tempo todo em *networking*. Gosto de fazer uma lista de cem pessoas que gostaria de me aproximar e traço planos para isso. E, por fim, uma das melhores dicas vem de Frida Kahlo: ‘onde não puderes amar, não te demores’. Se a sua relação com a empresa não está bem, saia rápido. Se a relação com o chefe não está bem, saia rápido. Pare de sofrer. A vida é curta para demorarmos onde não podemos amar e sermos felizes.

# Encontre o seu lugar

O novo Sub100  
chegou! São milhares  
de imóveis disponíveis,  
entre lançamentos,  
imóveis para venda,  
locação e aluguel de  
temporada.



Acesse o site e  
encontre o seu lugar

**sub100.com.br**



Siga também  
nas redes sociais

**@sub100brasil**



**SUB100**  
IMÓVEIS

## TRABALHO E UNIÃO PARA SUPERAR DESAFIOS

Suspensão temporária das atividades, horários restritos de funcionamento, falta de caixa para capital de giro, vendas online... diante de desafios de sobra, atuação da ACIM contribuiu de forma decisiva para a manutenção de negócios e empregos; entidade também comprou equipamentos para a saúde pública

por Rosângela Gris

Em meio à perplexidade provocada por uma crise de proporções globais, o ano de 2020 entra para a história como um dos mais desafiadores das quase sete décadas da Associação Comercial e Empresarial de Maringá. A pandemia do coronavírus tornou necessário adotar medidas de distanciamento social e restrições que afetaram o modo de se relacionar, trabalhar, estudar, produzir, consumir, fazer negócios, entre outros. Tecnologias precisaram ser incorporadas rapidamente à rotina das empresas para a construção de um ambiente virtual capaz de substituir, na medida do possível, os ambientes físicos.

De modo a atender as necessidades dos associados e da sociedade, assim como se adequar internamente, a ACIM atuou em várias frentes para equilibrar a proteção da população e a viabilização dos negócios. Foi um trabalho que contribuiu para preservar empresas e empregos. “Foram incontáveis horas de trabalho voluntário dos diretores e o envolvimento da equipe de colaboradores, em meio a um cenário incerto de propagação da Covid, enormes desafios para as empresas e para nossa entidade, que precisou oferecer apoio técnico, financeiro e jurídico para os empreendedores”, resume o presidente da Associação Comercial, Michel Felipe Soares.

Desde a publicação do decreto nº 445/2020, que suspendeu o funcionamento de vários segmentos econômicos em 20 de março como medida de enfrentamento à pandemia, a entidade tem somado esforços e mantido diálogo com a prefeitura, secretários municipais, Ministério Público e outras entidades.

Com a suspensão de atividades não essenciais, no final de março, a entidade pleiteou o funcionamento das atividades essenciais e do sistema de *delivery* para os demais setores. Também atuou de forma efetiva nas negociações por medidas compensatórias tributárias e econômicas para minimizar os impactos nas empresas.

Por meio do departamento jurídico, orientou e esclareceu dúvidas dos empresários sobre as possibilidades permitidas na legislação para minimizar os impactos trabalhistas. Para evitar aglomerações, recomendou a adoção do teletrabalho (*home office*) mediante o consentimento do trabalhador e do empregador.

Os empresários também puderam optar por férias coletivas ou redução de jornada

ou dias de trabalho com redução proporcional de salários por até seis meses. Outras possibilidades apresentadas foram a paralisação temporária das atividades ou adoção de banco de horas para compensação posterior.

## R\$ 80 MILHÕES PARA A SOBREVIVÊNCIA DOS NEGÓCIOS

Diante das dificuldades financeiras das empresas, a ACIM firmou convênios para oferecer crédito acessível. No total, foram ‘emprestados’ R\$ 80 milhões. Parte do crédito foi disponibilizado por meio da Noroeste Garantias. A entidade atuou como avalista dos pequenos empresários, por meio de operações feitas junto ao Sicoob Metropolitano. Foi possível emprestar até R\$ 100 mil a partir de 0,49% ao mês, seis meses de carência e 12 parcelas para pagamento.



Outros R\$ 50 milhões foram disponibilizados pelo Sicoob às empresas associadas com taxa de juros a partir de 0,56% ao mês, com seis meses de carência e outros 12 meses para pagar.

Em outubro a entidade aportou R\$ 500 mil no fundo garantidor da Noroeste Garantias, para operações exclusivas para associados (foto). Como a taxa de alavancagem corresponde a dez vezes o valor do aporte, com os recursos é possível avalizar R\$ 5 milhões em crédito.

Entre outras medidas implantadas para minimizar os impactos econômicos, a entidade encaminhou ofícios ao governador Ratinho Junior e ao prefeito Ulisses Maia pedindo postergação, por três meses, do pagamento de impostos, para empresas de todos os portes.

Em resposta, a prefeitura de Maringá prorrogou o pagamento de tributos municipais do Simples Nacional e de MEIs, com vencimento entre março e junho. Já o governo do Estado anunciou ações que somaram R\$ 1 bilhão para estimular a atividade econômica e preservar empregos, incluindo a postergação do recolhimento de parte do ICMS devido pelas empresas do Simples Nacional.

Também reivindicou a oferta de um plano de refinanciamento desses tributos com pagamento postergado sem a incidência de juros e outros encargos.



## SAÚDE PÚBLICA E PROTEÇÃO DA COMUNIDADE

Engajada, a ACIM estendeu seu suporte à sociedade e liderou uma campanha para arrecadação de recursos para a compra de equipamentos para novas Unidades de Terapia Intensiva (UTIs).



Os recursos foram destinados à compra de equipamentos para a instalação de leitos para atender pacientes com coronavírus. Foram adquiridos dez respiradores, dez monitores, 20 oxímetros, medidores de sinais vitais, cufômetros, armários para instrumentos, entre outros equipamentos para o Hospital Universitário de Maringá (HUM) e o Hospital Municipal.

Para ajudar no combate à propagação do coronavírus, a entidade distribuiu milhares de máscaras à população, lançou site e produziu vídeos com infectologistas com informações sobre a doença, recomendações de higiene e orientações sobre como evitar a contaminação no trabalho, no transporte público e no comércio.

Outra ação foi a doação de milhares de álcool 70% para hospitais e unidades de saúde de Maringá, Cianorte, Japurá e Florai com a colaboração de parceiros.



## SAÚDE PÚBLICA E PROTEÇÃO DA COMUNIDADE

Durante o período em que as empresas estiveram fechadas, a ACIM elaborou estudos para a retomada segura e gradativa das atividades, inclusive com escalonamento de horários para entrada e saída dos funcionários, evitando a sobrecarga do transporte coletivo. Foram apresentadas sugestões de cronograma de reabertura baseado em indicadores sobre usuários do transporte coletivo, perfil dos colaboradores e porte das empresas. O documento foi elaborado em conjunto com uma equipe multidisciplinar composta por médicos, geógrafos, estatísticos, empresários, lideranças e uso de programas de geolocalização.

A reivindicação veio acompanhada da recomendação para as empresas intensificarem as ações de limpeza, disponibilização de álcool em gel, divulgação de informações sobre a Covid-19, adoção de medidas para evitar aglomeração e manutenção de equipes em home office, quando possível. Foi sugerida ainda a composição de uma governança com a missão de avaliar os indicadores na cidade, com representantes da rede hospitalar, setor público e setor produtivo.



Em defesa da reabertura das empresas, assinou um manifesto, junto a 14 entidades, cobrando a retomada das atividades econômicas na cidade sob o risco de 'colapso econômico e social', já que empresas estavam decretando falência e fechando postos de trabalho.

Sensibilizada, a prefeitura liberou o funcionamento das lojas do comércio de rua até as 19 horas sob o argumento de sobrecarregar o transporte coletivo nos horários de pico e evitar aglomerações. Para tanto, foi necessário incluir um termo aditivo à convenção coletiva entre os sindicatos patronal e laboral do comércio.

Também acompanhou a retomada gradual das atividades da construção civil, indústrias, padarias, prestação de serviços, clínicas médicas, de fisioterapia, bares, restaurantes, shoppings, academias, escolas de natação e de artes marciais.

## CRÉDITO PARA MANUTENÇÃO DOS NEGÓCIOS

- Disponibilização de linhas de crédito emergenciais voltadas para capital de giro para micro e pequenos empreendedores, totalizando R\$ 80 milhões em recursos
- Noroeste Garantias avalizou operações com taxa de juros a partir de 0,49% ao mês e seis meses de carência, somando 1,1 mil operações
- Fomento Paraná, que tem ponto de atendimento na ACIM, fez mais de 750 atendimentos e iniciou 220 propostas, com taxa a partir de 0,68%
- Sicoob Metropolitano, grande parceiro da ACIM, disponibilizou crédito com seis meses de carência e taxa a partir de 0,56% ao mês

## CAPACITAÇÃO

- produção e veiculação de podcasts e lives (transmissões pela internet) semanais, com especialistas de várias áreas, como inovação, marketing digital e gestão de marcas
- lives e palestras online com especialistas, a exemplo do Fórum ACIM Mulher, que trouxe palestra da diretora de Varejo do Google, Gleidys Salvanha, em 12 de agosto
- disponibilização de cursos gratuitos na plataforma de educação a distância da ACIM.

## APOIO À SAÚDE PÚBLICA

- aquisição de 20 mil máscaras N95 indicadas para profissionais que fazem procedimentos de intubação ou aspiração traqueal
- aquisição de mil máscaras *face shield* destinadas às unidades públicas de saúde
- doação de luvas, aventais, máscaras e frascos de álcool para hospitais, asilos, associações beneficentes e unidades de saúde
- aquisição e doação de 50 mil máscaras para a população e associados, que puderam retirar gratuitamente na sede da entidade
- vídeos informativos sobre suspensão do contrato de trabalho, redução da jornada e do salário; férias; banco de horas; marketing digital; cobrança de aluguel
- vídeos com dicas de infectologista sobre como usar o transporte coletivo com mais segurança, uso correto de máscaras, cuidados ao chegar em casa após um dia de trabalho, entre outros
- Uniu-se à Associação Brasileira de Bares e Restaurantes (Abrasel) na elaboração de um guia prático para estabelecimentos do setor sobre os cuidados para evitar a proliferação da doença

## MARINGÁ LIQUIDA ONLINE E FÍSICA

Pela primeira vez na história, os consumidores puderam aproveitar as ofertas da Maringá Líquida sem sair de casa - e quem preferiu fez compras presenciais. Isso porque, adaptando-se à realidade do mercado, a edição deste ano da campanha organizada pela ACIM e pelo Sivamar contou com loja virtual.

Os organizadores disponibilizaram para os lojistas uma plataforma online para cadastro de produtos, com *chat online* e por Whatsapp, integração com o sistema dos Correios e rastreamento do pedido.

Neste novo formato, o consumidor teve a opção de escolher entre receber as compras em casa, retirar na loja ou comprar presencialmente. E, independente da modalidade de compra escolhida, concorreu a quase R\$ 100 mil em prêmios distribuídos por meio de raspadinhas.

Outra novidade foi que a campanha ganhou um dia a mais para evitar aglomerações nas lojas. Em vez de quatro dias, foram cinco dias, de 8 a 12 de setembro. A ACIM ainda ofereceu duas capacitações antes da campanha e concedeu subsídio aos associados para a aquisição do kit de participação.

O modelo híbrido agradou. Pesquisa realizada posteriormente apontou que os lojistas atribuíram 7,2 à campanha. Em relação à data escolhida, a média foi 7,9, enquanto o atendimento da ACIM durante a campanha recebeu 8,3.



## RESPONSABILIDADE SOCIAL E SOLIDÁRIA

Reforçando seu compromisso com ações sociais e solidárias, a Associação Comercial criou o Instituto ACIM, por meio do qual exerce a própria responsabilidade social e incentiva empresas a trilhar este caminho.

O instituto foi oficialmente implantado em 28 de julho, data da posse da primeira diretoria, com mandato de dois anos. A empresária Nádia Felipe ocupa o cargo de presidente e George Coelho, vice-presidente. Há ainda três vice-presidentes por área e 17 conselheiros administrativos. O Conselho Superior conta com membros fundadores e convidados.

Parte dos recursos para os projetos foram angariados por meio do projeto 'ACIM se ama, assim se abraça', que este ano ocorreu em formato drive. Devido à recomendação de distanciamento social, as conselheiras da ACIM Mulher comercializaram 300 cestas com ingredientes para que os próprios compradores colocassem a mão na massa. A entrega aconteceu no sistema *drive-thru* em 26 de setembro.

O Instituto ACIM atua na elaboração de projetos, assessoria de empresas na área de projetos socioambientais, incentivo à responsabilidade social

por meio de renúncia fiscal e capacitação/certificação de empresas sustentáveis ligadas ao Pacto Global. Uma das primeiras ações foi a certificação de 11 empresas com o selo ODS, como reconhecimento ao desenvolvimento de iniciativas em prol dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS) – a entrega dos selos foi em 19 de outubro. Essas companhias participaram de uma jornada, que incluiu imersão sobre ODS, capacitação e workshop para construção de projetos e indicadores, entre outros, com a parceria do Sebrae. Outras iniciativas foram a realização do Summit, um evento online e presencial para discutir os ODS e a adesão de 62 companhias maringaenses ao Pacto Global, graças a uma campanha de incentivo realizada pelo Instituto ACIM.



Aproveite essa oportunidade que a ACIM preparou para você!

Uma linha de crédito exclusiva para as associadas ACIM.

Até R\$ **50mil** em crédito.

Em até **48x**

Taxas a partir de **0,55%** a.m. - 103

Logos: ACIM, SICOOB, Garantia

## INCENTIVO AO COMÉRCIO LOCAL

Em apoio às empresas e à economia local, em dificuldade por conta da crise econômica, a ACIM lançou uma campanha incentivando a população a comprar no comércio maringaense.

O vídeo divulgado nas redes sociais buscou sensibilizar o público por meio de um diálogo entre avô e neto, em que o senhor fala sobre as difi-

culdades para pagar as contas e o receio de ter que fechar a loja tradicional da família.

O vídeo ressalta que, mesmo sem poder abraçar, beijar ou apertar as mãos, é possível se unir em tempos de distanciamento social para ajudar os empreendedores que geram empregos e renda na cidade. O material pode ser conferido nas contas do Instagram e do Facebook da @acim.maringa



## ESPAÇO PARA A INOVAÇÃO

Um espaço colaborativo de incentivo à inovação e troca de informações. Assim é o Inovus, laboratório criado pela ACIM que foi inaugurado em 17 de agosto (foto). No espaço micro e pequenos empresários têm acesso a treinamentos, consultorias e experimentação em metodologias ágeis, inclusive com participação gratuita em algumas

atividades. “Queremos incentivar a inovação em produtos, processos e serviços”, destaca o presidente da Associação Comercial, Michel Felipe Soares.

O primeiro programa colocado em prática foi o ‘Inovus - Teste sua ideia’, que recebeu 55 inscrições e selecionou oito projetos, que participaram gratuitamente de formação para avaliar e validar ideias e, posteriormente, construir o produto/serviço. Neste programa, a ACIM contou com a parceria do Sebrae/PR, Sicoob e Evoa Aceleradora.

## COMITÊ DE RETOMADA DA ECONOMIA

Em junho, a ACIM se uniu à Prefeitura de Maringá e mais de 20 entidades para elaboração do plano de retomada do desenvolvimento econômico e social de Maringá. O trabalho do comitê é coordenado pelo Sebrae e foi dividido em várias etapas, como articulação institucional, elaboração de documentos com dados econômicos e sociais e comunicação com a sociedade. O objetivo é ajudar na tomada de decisões da prefeitura, gerar empregos, investimentos e impulsionar o ciclo econômico.



## DUPLICAÇÃO DA PR- 317

O secretário de Infraestrutura e Logística do Paraná, Sandro Alex, visitou a ACIM em 9 de março, ocasião em que recebeu da entidade o anteprojeto de duplicação de 20 quilômetros da rodovia PR-317, que liga Maringá e Iguaçu. No total, a iniciativa privada desembolsou R\$ 600 mil para a elaboração e a readequação do projeto, que deverá ser

executado pelo governo do estado. Pelo trajeto circulam 16 mil veículos por dia.

Em setembro, a duplicação da rodovia – reivindicação antiga da comunidade de Maringá e região – foi incluída no programa de infraestrutura de melhorias e modernização de rodovias, que soma mais de R\$ 4 bilhões, anunciado pelo governador Carlos Massa Ratinho Junior. As obras estão prontas para serem licitadas, e a expectativa é que comecem no início de 2021.

Outra iniciativa na área de mobilidade foi a doação, para a prefeitura, de projeto de recapeamento de ruas de Maringá.

## CAPACITAÇÃO PROFISSIONAL E INOVAÇÃO

A ACIM transformou o Centro de Treinamentos em Escola de Negócios. Inaugurada em outubro, a escola assume a tarefa de capacitar e incentivar o espírito de inovação e o empreendedorismo em um ambiente moderno e inovador. Os espaços físicos foram reformados e contam com suporte tecnológico, sem deixar de lado o conforto.

Resultado de um processo de reestruturação, a escola é voltada para lideranças, gestores e colaboradores. Por isso, a diversidade de cursos vai além

dos conteúdos operacionais, alcançado o universo de negócios e gestão.

A escola baseia a educação corporativa em três pilares: atual, prático e relevante. A metodologia prioriza cursos rápidos e adota o modelo híbrido de ensino, que mescla atividades presenciais e virtuais. Os participantes podem escolher entre cursos presenciais, online/ao vivo e EAD.

Na plataforma de educação a distância são cerca de 1,2 mil títulos disponíveis. Em média, são ofertados entre 14 e 20 cursos mensais. Também há possibilidade de treinamentos *in company*. Este ano, juntos, Centro de Treinamento e Escola de Negócios ofertaram 61 cursos, sendo 35 presenciais e 26 online, que contaram com a participação de 800 pessoas.

## COMÉRCIO BONITO

Ter uma loja bonita é uma das estratégias para atrair o consumidor que, com a pandemia, aprendeu a comprar mais pela internet. Por isso, a Associação Comercial está executando a campanha 'Comércio Bonito é Comércio Bem Cuidado' para incentivar a revitalização das lojas. E os empreendedores contam com linha de crédito para isso, por meio de uma parceria com o Sicoob, que oferece recursos com taxa de 0,55% mais CDI. Para isso, é preciso que a operação seja avalizada pela Noroeste Garantias, que funciona no prédio da ACIM. Outra opção é o crédito ofertado pela Fomento Paraná.



## TURISMO REGIONAL VIRA TENDÊNCIA

Respiro: consumidores e empresas encontram saída para viver momentos de lazer fora de casa durante a pandemia

por Monique Manganaro

O turismo é uma das atividades mais afetadas pela pandemia do coronavírus, mas parte das empresas soube reverter a situação e, em alguns casos, tirar proveito do momento.

Períodos geralmente curtos de hospedagem, lugares próximos e que ofereçam conforto. Estes são, segundo proprietários de pousadas da região de Maringá, critérios citados pela maioria de clientes que procurou os locais neste ano. Comumente, o discurso era de que os hóspedes buscavam um espaço para novos ares, descansar e curtir momentos em família.

Para a proprietária de A Fazendinha, Iracema Tavares Daleffe, apesar das dificuldades, a pandemia abriu um leque de possibilidades para o setor e lançou luz sobre o turismo regional. “Acredito que estamos em um momento privilegiado, apesar da pandemia. Os consumidores estão buscando destinos próximos, simples e mais naturais. Para mim, estes últimos dois meses foram uma experiência linda”, afirma a dona da pousada que fica em Campo Mourão.

## PET FRIENDLY

A pousada precisou ficar fechada por cinco meses. Só foi possível reabrir depois de um período crítico da doença na cidade e após as adequações para o cumprimento de protocolos sanitários. Com capacidade para 90 hóspedes, atualmente a empresa recebe até 50 pessoas, apesar da grande procura, explica Iracema.

“Trabalhamos muito. Fizemos treinamento do pessoal, adequação com máscaras e álcool em gel em todos os espaços, luvas para todos. A pousada é um espaço grande, com muita natureza, então o hóspede se sente bem sem máscara porque está com a família, sem aglomeração, mas pedimos para usar máscaras, e estamos atentos a isso”, diz.

Entre os principais atrativos estava o pacote de ‘day use’, que precisou ser cancelado. Nessa modalidade, grupos tinham a possibilidade de passar um dia no local e aproveitar as atrações. No entanto, esse tipo de pacote, de acordo com a empresária, atraía grupos grandes, gerando aglomerações.

“Desde que reabrimos temos tido uma frequência praticamente normal dentro do que aceitamos. Temos tido alta procura, os hóspedes querem vir, mas estamos dosando. Chega a quinta-feira e paramos de fazer reservas”, explica.

Foi preciso readequar a tabela de preços e se adaptar a algumas vontades de quem busca hospedagem. Diante da maior demanda, a pousada se tornou ‘pet friendly’ e passou a aceitar hóspedes com animais de estimação.

**POUSADA A FAZENDINHA DEIXOU DE OFERECER DAY USE, PASSOU A RECEBER HÓSPEDES COM PETS E APROVEITA O MOMENTO EM QUE AS FAMÍLIAS BUSCAM DESTINOS PRÓXIMOS PARA DESFRUTAR DA NATUREZA**



## PARA TEMPORADA

Outro espaço que precisou mudar o foco para aproveitar o momento foi a pousada Parque das Gabirobas, localizada em Roncador. De acordo com o empresário Mariano Almeida Machado, o local tinha acomodações que não eram devidamente aproveitadas. Foi observando esses espaços que ele teve a ideia de reformar as casas e alugá-las para temporadas. A novidade deu tão certo que o pacote se tornou um dos principais atrativos.

Os aluguéis para temporadas, mesmo em épocas onde o turismo está em baixa, proporcionaram alcançar outro público. “Pude aumentar o quadro de funcionários, acabei de admitir mais dois”, revela.

Os espaços, segundo ele, traduzem a essência da empresa, que investe no turismo regional com foco rural. “É para quem quer mostrar para os filhos uma vida rústica”, diz Machado.

O Parque das Gabirobas nasceu há mais de 20 anos do desejo do proprietário de proporcionar

hospedagem intimista. “Me hospedei em bons hotéis, frequentei bons restaurantes e percebia que faltava o calor humano, principalmente em tempos de alta tecnologia. Foi aí que estruturei uma pousada com diária prolongada, sem pressão de *checkout*. Os hóspedes se tornam uma grande família. Temos uma essência rural com atendimento de qualidade, desde a camareira”, afirma.

Os mais de 600 mil metros de área verde que compõem a pousada também tornaram possível a manutenção da capacidade total de hóspedes, mesmo após as adequações aos protocolos sanitários.

Apesar do cenário favorável, a empresa precisou adequar os preços para continuar atraindo o perfil de hóspede. “Reduzimos preços em plena alta de custos. Praticamos uma tarifa atrativa, e no mês que vem voltaremos para uma tarifa de três anos atrás”, destaca Machado.

Contudo, a empresa não tem do que reclamar.

“Mantivemos a capacidade, o que é bom, e atraímos outros públicos. Em anos anteriores, não tivemos a ocupação registrada de agosto a outubro”, ressalta o proprietário.



**A Pousada Parque das Gabirobas teve as acomodações reformadas e passou a oferecer pacotes para temporadas**

## VIAGEM DE CARRO

O turismo regional, em 2020, mostrou-se uma das poucas saídas também para as agências de viagens. Diante de tantas impossibilidades, as empresas se readequaram, e também readequaram as exigências de clientes.

Segundo a consultora de viagens Emmanuelle Carniatto, que é proprietária da Mundo Livre Viagens e Turismo, foi preciso mostrar novas oportunidades e incentivar o turismo regional para o ‘cliente de lazer’. “Quando vimos que os hotéis e pousadas estavam adequados a atender os clientes com todas as normas de segurança, e nossos clientes estavam cansados de ficar em casa e queriam passar um final de semana em um lugar para relaxar, iniciamos campanhas para que eles viajassem de carro. Também tivemos que nos adaptar e começamos a oferecer as pousadas e hotéis-fazenda próximos a Maringá”, detalha Emmanuelle.

**“QUANDO VIMOS QUE OS HOTÉIS E Pousadas estavam adequados a atender e nossos clientes estavam cansados de ficar em casa, iniciamos campanhas para que eles viajassem de carro”, conta Emmanuelle Carniatto, da Mundo Livre**



“Começamos a ter melhora nas vendas a partir de agosto, quando os destinos passaram a permitir o uso de seus pontos turísticos e os clientes começaram a sentir maior necessidade de sair de casa. Muitas famílias com crianças não tinham mais criatividade para distraí-los e viram que as medidas de segurança foram afrouxadas”.

Apesar de sentirem uma confiança maior, as principais exigências dos clientes, destaca a consultora, ainda são em relação às normas de segurança e aos protocolos sanitários. “Em consequência de todo esse cuidado que temos com os clientes, a venda de seguros de viagem aumentou, visto que as seguradoras também se adequaram e colocaram em suas coberturas a Covid-19”, frisa.

## **PERSPECTIVAS POSITIVAS**

O ano de 2020 foi atípico para o turismo apesar do setor, na visão de Emmanuelle, estar sofrendo desde 2014. Contudo, essa vertente regional, que estava em segundo plano, possibilitou um respiro às empresas. A expectativa, inclusive, é que a procura continue crescendo. “As hospedagens nos finais de semana estão completas, mas esperamos que essa procura continue, pois nossa região e estado têm lugares fantásticos para serem conhecidos.”

O momento para os proprietários de pousadas também parece mais confortável. Iracema, da A Fazendinha, tem boas expectativas para a alta temporada. “Não será fácil, mas vai ser possível. Quem toma cuidado, está preparado e leva a sério, não vai ter problema. É um difícil recomeço, mas é a volta à vida”, considera.

Machado, do Parque das Gabirobas, acredita que o período trará bons resultados. Ele diz que a empresa já tem reservas fechadas para o ano que vem e trabalha, agora, na contratação de funcionários.

Unimos  
praticidade e  
comodidade  
com muita

**autenticidade**



### **UM EDIFÍCIO DE SAÚDE!**

*O Complexo será composto por duas torres interligadas. A torre mais alta, com 26 andares, oferecerá 237 salas/consultórios com até 83m2 cada.*

*A outra será o Hospital Unique com até 200 leitos de internação, mais 24 leitos de UTI geral com box individualizado. Serão 10 salas cirúrgicas ultra tecnológicas. Pronto Socorro 24 horas e clínico cirúrgico.*

*O complexo contará ainda com um Centro de Diagnóstico completo para atendimento eletivo agendado e aos pacientes do hospital.*

*Interligando as duas torres, um Mall com 20 lojas de conveniência, auditório para eventos e salas de reuniões. Estarão disponíveis aproximadamente 800 vagas de estacionamento para comodidade e segurança de todos.*

**EXCELÊNCIA  
MÉDICA CENTRADA  
EM UM ÚNICO LUGAR!**



### CONSULTÓRIOS DE 44M2 ATÉ 83M2

- Lobby
- 2 banheiros por consultório
- Sistema médico operacional integrado ao hospital
- 2 pontos com ar condicionado instalado
- Heliponto integrado
- Centro de Diagnóstico completo

azul.mkt



Av. Joaquim Duarte Moléirinho, 5223  
Jd. Itália - Maringá - PR



CONTATO DE VENDAS  
(44) 9 9103-4855 | 3034-9181  
WWW.UNIQUEMEDICALCENTER.COM.BR

Imóvel destinado para uso exclusivo de consultório médico.

Imagem meramente ilustrativa. O construtor não se responsabiliza por erros de interpretação ou omissão de informações.

# COMÉRCIO

## NATAL ATÍPICO

Com pandemia, prefeitura publica decreto alterando horário de funcionamento de comércios; empreendedores esperam que período ajude a salvar o ano

por Camila Maciel

Dezembro é o mês de maior faturamento do varejo, com lojas do comércio de rua abertas até mais tarde, decoração e programação natalina, shoppings lotados e uma corrida às compras de presente de última hora. Mas neste ano o cenário pode ser diferente.

Isso porque se até meados de novembro os índices de contaminação do coronavírus e de ocupação hospitalar como consequência da doença eram relativamente controlados, na segunda quinzena a situação se inverteu, com hospitais privados com alta taxa de ocupação, superior a 90%, e prontoatendimentos lotados. Como consequência, a prefeitura de Maringá determinou uma série de restrições comerciais, num decreto publicado em 30 de novembro.

Com isso, nos dois primeiros finais de semana de dezembro, os shoppings estarão fechados, comércio de rua, em vez de abrir até as 22 horas, passou a atender das 10 às 19 horas de segunda a sexta-feira e até as 13 horas no sábado – tradicionalmente as lojas abrem até as 18 horas em todos os sábados que antecedem o Natal. O decreto também proibiu a venda e consumo de bebidas alcoólicas após as 17 horas e aos finais de semana, entre outras medidas.

E assim os comerciantes que esperavam um mês de boas vendas para ajudar a salvar o ano, terão um novo cenário até 13 de dezembro, quando vigora o decreto – até o fechamento desta edição o decreto estava em vigência.

**GABRIEL TOSCANO DE OLIVEIRA, DA MG TECIDOS E MALHAS, MUDOU DE PÚBLICO, CONCENTRANDO 80% DAS VENDAS NO VAREJO, E PELA PRIMEIRA VEZ ESTÁ INVESTINDO EM DECORAÇÃO DE NATAL**



## REINVENÇÃO

Com o ano atípico, os empreendedores tiveram que se reinventar, criando alternativas criativas e seguras para gerar negócios: vieram as *lives*, as videochamadas e até eventos complexos, tudo pela internet. O *delivery* ganhou força e os carros se tornaram aliados em eventos *drive in* e no *drive thru*.

Na MG Tecidos e Malhas, empresa que está há três anos no mercado, a pandemia trouxe impactos profundos para a atividade, mas passado o primeiro momento em que o empresário Gabriel Toscano de Oliveira viu a inadimplência crescer e o faturamento despencar, o cenário que se desenhou em seguida foi inesperado e promissor. “No primeiro momento a venda de TNT e de tecidos para máscaras foi o que segurou ‘as pontas’, e depois mudamos o público da empresa. Nosso faturamento era 80% concentrado no atacado, mas em meio à pandemia, houve uma inversão, e hoje 80% das vendas vêm do varejo, que é mais lucrativo”.

Com as pessoas passando mais tempo em casa, aumentou o desejo de investir em itens de decoração. Atento a essa tendência, ele passou a comercializar cortinas, almofadas, tapetes, produtos de cama, mesa e banho. A estratégia de vendas também precisou mudar para acompanhar os hábitos de consumo, e a empresa investe mais em comunicação digital, vendas online e está colhendo os resultados.

Outra mudança foi melhorar a apresentação dos produtos, o que não era uma preocupação, já que as vendas estavam concentradas no atacado. “Não tínhamos nem vitrine, e este é o primeiro ano que fazemos decoração de Natal”, revela. Para o final de ano, o empresário segue otimista. Ele investiu em produtos temáticos de Natal e aumentou a equipe de vendas. “Há dois meses chegou um novo colaborador e agora são quatro vendedores”, diz.

## NOVO EMPREENDIMENTO

A pandemia pode até ter adiado os planos, mas não fez Rodrigo Ferreira Netto desistir do próprio negócio. Depois de trabalhar por dez anos como representante comercial na área têxtil, ele inaugura em dezembro a primeira franquia da Lez a Lez em Maringá. A loja de roupas femininas ficará em um dos shoppings da cidade, com inauguração dias antes do Natal. “A intenção era ter aberto no começo do ano, mas com a pandemia decidimos adiar, agora vamos chegar em um momento de vendas aquecidas, por isso, as expectativas são as melhores”, diz.

A nova loja vai empregar oito pessoas, com previsão de retorno do investimento de aproximadamente seis meses. A sócia de Netto é Luciana De Francesco Izaguirre, cuja família tem outra operação no mesmo shopping. Eles acreditam que o empreendimento tem tudo a ver com o público que frequenta o local e, claro, apostam no fluxo de pessoas e nas atrações de Natal para aquecer as vendas. No shopping, há uma grande árvore, presépio, minicenários, Papai Noel digital e presentes para quem gastar mais de R\$ 1 mil, ou seja, motivos de sobra para o consumidor ir às compras com segurança.



**RODRIGO FERREIRA NETTO  
VAI ABRIR UMA FRANQUIA  
EM UM SHOPPING DE  
MARINGÁ ÀS VÉSPERAS  
DE NATAL E, PARA ISSO,  
CONTRATOU OITO PESSOAS**

## **SEM AUMENTO DE ESTOQUE**

A Saile Kids, loja de calçados e confecções para crianças, que faz parte do Grupo Pipiui, viu o faturamento cair entre 35 e 40% ao longo de 2020. O empresário Elias Pereira da Silva é taxativo: se pudesse, excluiria este ano do calendário. “As alternativas para driblar os efeitos da pandemia foram as vendas online e entregas em domicílio, mas com isso os custos aumentaram”, afirma. O empresário optou por não demitir, apenas fez a suspensão temporária de alguns contratos.

Na loja, o clima de Natal chegou só na primeira semana de dezembro, quando foi montada a decoração. Também não há previsão de estoque extra, apenas a quantidade habitual. Em relação à contratação de funcionários, neste ano o cenário deve ser diferente de 2019, quando a loja contratou três novas vendedoras. “Para este ano não deveremos reforçar a equipe”, afirma.

## **INTENÇÕES DE COMPRA**

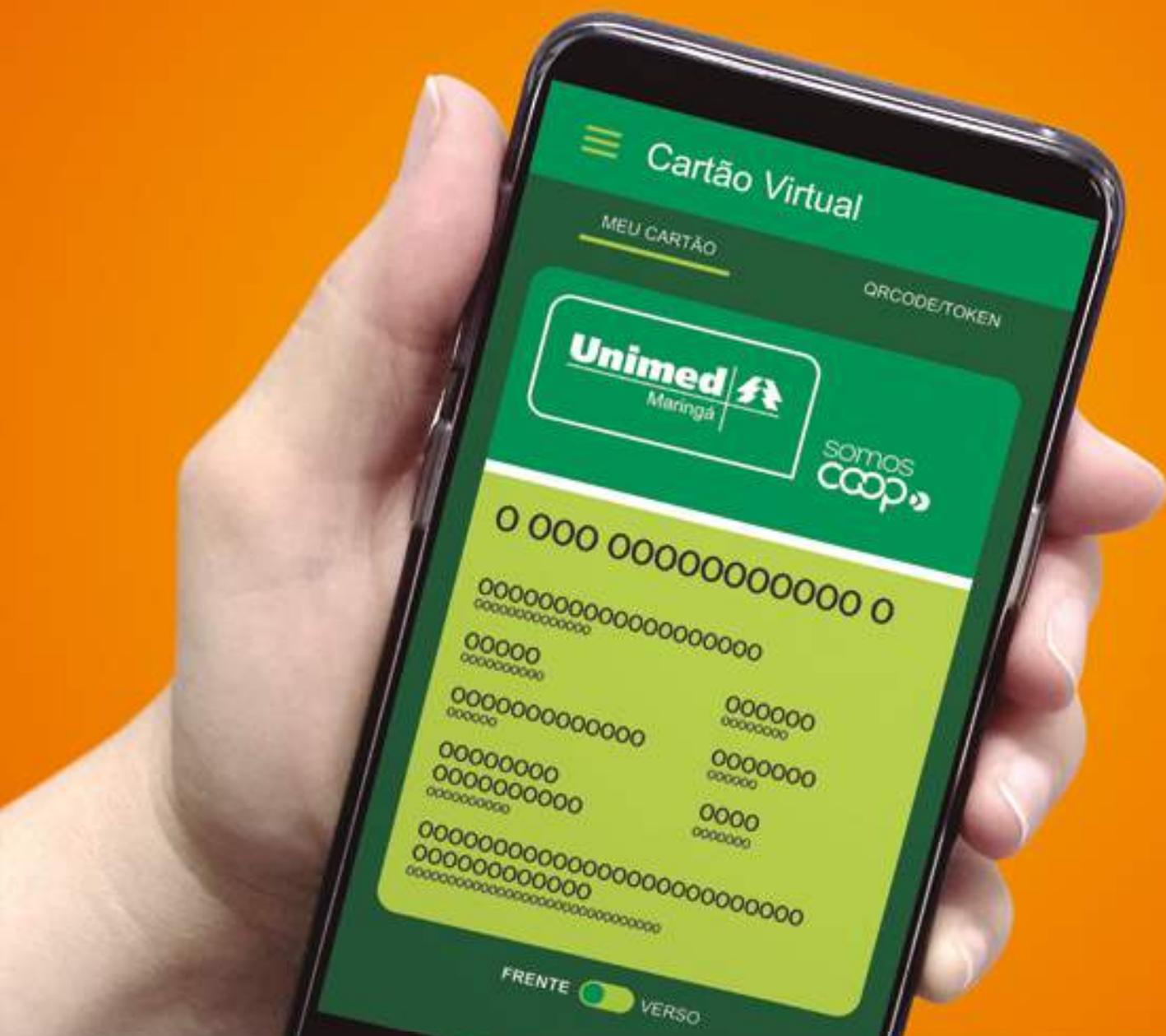
Uma pesquisa realizada pela ACIM aponta que 57% dos maringaenses pretendem comprar presentes de Natal, 24% não sabiam e 19% afirmaram que não devem comprar. Em relação à data, 36% disseram que vão comprar somente na semana do Natal, 32% aproveitaram a Black Friday para antecipar e o restante deve comprar na primeira semana de dezembro, no último final de semana antes do Natal ou não sabem.

A pesquisa apurou o local onde as pessoas devem buscar informações antes de fazer compras: 38% devem pesquisar na internet, o que ressalta a importância das empresas investirem em divulgações online.

Entre os itens mais desejados, roupas, brinquedos e calçados lideram a lista, que tem ainda perfumes, alimentos e bebidas, joias, acessórios, celulares, computadores e livros. Para 33% dos entrevistados, os gastos com presentes de Natal devem ser maiores do que no passado, 29% afirmaram que devem gastar menos e 22% devem gastar o mesmo.

Lojas físicas aparecem na liderança quando o assunto é o local das compras; 59% afirmaram que devem comprar os presentes presencialmente e 35%, pela internet. A pesquisa foi feita com 407 consumidores nas avenidas Brasil, Morangueira, Pedro Taques e Mandacaru. A margem erro é de 5% e o nível de confiança, 95%.

# O TEMPO TODO AO SEU ALCANCE



**TODO MUNDO QUER  
TODO MUNDO MERECE  
TODO MUNDO PODE**



[unimedmaringa.com.br](http://unimedmaringa.com.br)

## OS COMPRADORES QUEREM PROPÓSITO

Definir a ideia que norteia as ações de uma empresa passa por responder o que a marca se propõe a ser na vida dos consumidores e por quê

por **Fernanda Bertola**

“Meu trabalho não é só decorar, mas tornar os ambientes acolhedores”. É com este pensamento que a empresária Maria Fernanda Mazzer sai de casa todos os dias para atender no Novo Bazar. Com o propósito de ‘ajudar as pessoas na busca pelo bem-estar’, a loja nasceu em 2014 no *e-commerce* e ganhou endereço físico em 2017, optando por um estilo de venda focado e menos agressivo.

Maria Fernanda agrega consumo consciente e sustentável para levar bem-estar à casa dos clientes, considerando seu ideal pessoal e a preocupação com o futuro do planeta. De acordo com ela, a pretensão é contribuir para a mudança de hábitos do cliente e, conseqüentemente, ajudar a transformar o mundo.

“Temos certeza que a sofisticação está na simplicidade. Por isso temos uma proposta de trabalho humanizada e incentivamos o consumo consciente, agregando aos ambientes itens que as pessoas possuem e que evocam memórias”, diz a empresária.

No Novo Bazar, os produtos estão alinhados ao propósito, que inspira e orienta as práticas da empresa. Além dos itens de decoração, a loja trabalha com produtos livres de pólvora na composição, velas aromáticas sem parafina e busca fornecedores que trabalham de modo sustentável. O reaproveitamento de plásticos e o uso de embalagens recicláveis também são parte dos hábitos.

Maria Fernanda diz que as estratégias de venda são menos agressivas na comparação com outras empresas, já que ela e os demais colaboradores defendem o reaproveitamento e hábitos de vida simples. Por conta disso, leva mais tempo para fidelizar a clientela. “Se o público é conquistado de acordo com o propósito da empresa, aí o teremos para sempre”, analisa a empresária.

Para ela, é gratificante fazer negócios e transformar hábitos. “Quando falam de nós, quando recebemos um cliente indicado por outro, quando dizem que procuraram a loja porque buscam mudar de hábitos e consumir de forma consciente... este retorno é gratificante”, comenta.

**O CONSUMO CONSCIENTE E SUSTENTÁVEL ESTÁ PRESENTE NO NOVO BAZAR, DE MARIA FERNANDA MAZZER, POR MEIO DOS PRODUTOS, ATENDIMENTO E ATÉ NA DIVULGAÇÃO ‘MENOS AGRESSIVA’ DA EMPRESA**



## POR QUE E O QUÊ?

No início do ano, a IBM (*International Business Machines Corporation*) divulgou pesquisa sobre tendências de consumo que mostrou que o propósito da marca supera fatores como custo e conveniência. Desenvolvido em parceria com a *National Retail Federation* (NRF), o estudo entrevistou aproximadamente 20 mil consumidores de todos os grupos demográficos e de idades, em 28 países, incluindo o Brasil.

Conforme a pesquisa, os consumidores estão deixando de comprar marcas das quais eram clientes e preferindo as mais transparentes, sustentáveis e alinhadas aos seus valores pessoais. O estudo previu consumidores pagando, neste ano, em média 35% a mais por produtos sustentáveis e de procedência transparente. Além disso, 57% se mostraram dispostos a mudar hábitos para ajudar a reduzir o impacto ambiental negativo.

O estudo indica que ter um propósito faz diferença no mercado e que uma empresa, na hora de definir o seu, pode considerar entre outros fatores as tendências de consumo. Nesse universo, propósito é aquilo que dá motivos para a tomada de decisões e execução de tarefas, é um compromisso de todos que fazem parte da organização. Assim, é preciso responder questões como: o que a marca se propõe a ser na vida dos consumidores e por quê, além de como pretende impactar o mundo.

O propósito inspira todas as ações, a missão é uma descrição do negócio, a visão traça objetivos futuros, os valores ditam as regras e a cultura da empresa estabelece os fatores que conduzem as atividades. Assim, colocar em uma frase o propósito, que deve abrigar tudo isso, é um trabalho que exige mapeamento profundo da empresa, de seus líderes e colaboradores.

Para o *designer thinker* Renan Ferreira Venancio, existe o risco da definição do propósito não passar de uma frase bonita, caso ela não represente os pilares da cultura empresarial. “A marca é a soma de todas as experiências que uma organização coloca no mundo. O propósito diz qual direção leva a essa experiência”, explica Venancio.

## COMO DEFINIR?

Como forma de descobrir e definir o propósito, o especialista indica *workshops de design thinking*, abordagem que permite uma imersão em emoções, ambições, planos, ideais, empreendedorismo e outros aspectos da empresa. “Tem a análise mercadológica do nascimento, dos concorrentes, dos públicos, o que é mais complexo se a empresa já existir. O que ela tem internamente? Por que comprar dessa empresa se outras oferecem os mesmos produtos? Qual a ambição? O que pode gerar transformação? Esta transformação é ligada ao propósito”, provoca.

A frase pode incluir ou não o que de fato se vende, a exemplo do propósito da multinacional RedBull que é ‘Revitalizar corpo e mente’. E o seu melhor uso não é na comunicação, mas na estruturação cultural para guiar ações, humanizadas, especialmente com relação aos funcionários, que devem reconhecer a ideia como público interno e por estarem na linha de frente.

“Quando seu cliente, sem saber da frase, fala algo parecido, diz que sua empresa provoca sensações que se aproximam do que foi definido, aí é possível ter ciência de que está dando certo. Se foi preciso apresentar ou explicar ao cliente, o propósito não está sendo integrado adequadamente à cultura”, explica Renan.

O especialista ressalta que, no mundo digital e em função da pandemia, não existem grandes ou pequenos negócios, mas os que se posicionam bem ou mal. “O propósito é fundamental nesse posicionamento. É preciso criar uma experiência que se alinhe a isso, ter um plano de ação com execução contínua em curto e médio prazo. Com isso, o lucro vem como resultado da diferenciação.”

**RENAN FERREIRA VENANCIO, DESIGNER THINKER: “A MARCA É A SOMA DE TODAS AS EXPERIÊNCIAS QUE UMA ORGANIZAÇÃO COLOCA NO MUNDO. O PROPÓSITO DIZ QUAL DIREÇÃO LEVA A ESSA EXPERIÊNCIA”**



## SOB A ÉTICA CRISTÃ

O projeto ‘Homens com propósitos’, que nasceu em Maringá inspirado em modelos norte-americanos, é baseado em três pilares: vida familiar, vida financeira e vida espiritual. Os membros do grupo, que é aberto, realizam encontros para refletir sobre a vida, buscando construir uma identidade sob a ética cristã. “Um caráter transformado, vida transformada, negócios transformados”, diz José Carlos Lopes, que faz parte do projeto.

Para Lopes, os propósitos pessoais dos líderes são refletidos no ambiente empresarial e, por isso, ele sugere aos empreendedores questionarem a utilidade da empresa. Para além de vender produtos e prestar serviços, de desenvolver o comércio e de sustentar a família, ele acredita que é preciso pensar sobre como contribuir para o desenvolvimento pessoal, dos colaboradores e da comunidade. “Não podemos mais imaginar uma empresa que vise somente o lucro sem a preocupação em servir. Servir aos outros e também a Deus”, frisa.

Lopes foi empresário no ramo de implementos rodoviários por 50 anos em Maringá e hoje se dedica ao projeto, além de prestar consultoria e assessoria em negócios imobiliários. Sua estratégia para a realização é aprender sempre. “Existem erros e acertos. Quanto mais cedo entendermos o propósito de Deus para nossa vida em todas as áreas, melhor seremos como pessoas, empresários. Busco orientação e sabedoria meditando na palavra de Deus, me cercando de pessoas de fé e que buscam o mesmo propósito. Perdendo às vezes, para ganhar sempre”, relata.

Aos empresários e futuros empreendedores ele deixa o conselho: “seja íntegro, persistente, honesto, trabalhe sempre com a verdade, humildade e tenha caráter irrepreensível. Abra espaço em sua agenda para ouvir as pessoas e valorizá-las.”



**JOSÉ CARLOS LOPES, DO GRUPO HOMENS COM PROPÓSITOS: “NÃO PODEMOS MAIS IMAGINAR UMA EMPRESA QUE VISE SOMENTE O LUCRO SEM A PREOCUPAÇÃO EM SERVIR”**

 **A.YOSHII** <sup>®</sup> **55**  
ANOS

# LANDSCAPE

Dezembro 2020

@bravopropaganda

Landscape: R.2-80-200 da Marília 83-200 de 21/09/2020 do 2º Cartório de Registro de Imóveis de Maringá.

**Lançamento Alto Padrão**  
**Av. Guedner, 787 | 3 Suítes | 211m<sup>2</sup> Priv. | 4 Vagas**

VENDAS:



**OPÇÃO**  
IMÓVEIS

Cred: 42081

**SHOW ROOM A.YOSHII : AV. SÃO PAULO, 2828 | DIARIAMENTE DAS 9H ÀS 18H, INCLUSIVE DOMINGOS E FERIADOS**



Assista o vídeo do empreendimento.



a.yoshiiengenharia



@a.yoshiiengenharia



www.ayoshii.com.br



(44) 99106 6787

# IMPOSTO

## A DESTINAÇÃO FISCAL DE FORMA FACILITADA

ICI oferece assessoria gratuita para empresas que querem investir na cultura local por meio da renúncia fiscal, ajudando a escolher projetos alinhados aos valores do negócio

Empresas em que a responsabilidade social e fiscal caminham juntas têm um diferencial na visão da sociedade. E quem ainda não escolheu esse caminho, não terá grande dificuldade.

Para fazer destinação fiscal, a empresa precisa estar enquadrada no lucro real. Assim, pode destinar até 4% do Imposto de Renda devido como patrocínio a projetos culturais, por meio da Lei de Incentivo à Cultura. A partir daí, a empresa seleciona projetos de todo o Brasil certificados pela Secretaria Especial da Cultura.

No entanto, em Maringá, os empresários contam com a assessoria gratuita do Instituto Cultural Ingá (ICI), que tem sede na ACIM, facilitando os trâmites do processo. O ICI auxilia em todos os passos que envolvem a destinação, desde a escolha do projeto que se alinha aos valores da empresa à execução do projeto e prestação de contas.

Agência de fomento e incentivo à cultura, o ICI tem contato direto com os produtores locais e conhece os projetos culturais da cidade, podendo atuar como uma ponte entre esses dois públicos. “Ajudamos o proponente a executar o projeto e a evitar problemas administrativos com a Secretaria Especial da Cultura, além de auxiliarmos a empresa a fazer a destinação aos projetos de maneira prática. Tudo isso gratuitamente, com foco no desenvolvimento cultural, social e econômico da região”, ressalta o consultor sênior do ICI, Alan Gaitarosso.

Segundo ele, investir em projetos locais agrega benefícios a todos os envolvidos. “Quando a empresa escolhe patrocinar um projeto local está contribuindo com o desenvolvimento da cadeia cultural. Além disso, ajuda a movimentar a economia da região com a realização dos projetos e ganha com o marketing cultural para a marca”, explica.



**PROJETO CULTURAL QUE RECEBEU INCENTIVO FISCAL EM 2018**



acesse o site

## PROJETOS

As empresas podem investir em projetos como peças de teatro, musicais, documentários, oficinas de formação, literatura, dança e pintura que são oferecidos à sociedade gratuitamente ou a preços populares.

Desde a fundação, em 2011, o ICI movimentou mais de R\$ 8 milhões por meio da Lei de Incentivo à Cultura. Mais de 110 projetos foram apoiados diretamente, o que impactou 80 mil pessoas somente em 2019 com as ações culturais apoiadas ou produzidas pelo ICI. Mais informações pelos telefones (44) 3025-9595 e (44) 3025-9625.



## CERTIFICADO DIGITAL PODE SER EMITIDO POR VIDEOCONFERÊNCIA

Para utilizar o serviço disponível na ACIM, é preciso ter ou comprar certificado com token ou cartão magnético

por **Camila Maciel**

Com o avanço da pandemia, serviços tiveram que se adaptar e encontrar meios para driblar o cenário de risco sanitário. Foi o que aconteceu com o Certificado digital, identidade eletrônica para pessoas físicas e empresas, que, na ACIM, pode ser emitido por videoconferência.

A facilidade está disponível apenas para quem tem biometria cadastrada na base única de certificadoras do país. Segundo a coordenadora comercial da Associação Comercial, Paula Faria, o procedimento online é basicamente o mesmo que o presencial. “O consumidor pessoa física (PF) ou jurídica (PJ) precisa validar documentos e comprovar a identidade. A única mudança é que o cliente que precisar comprar um certificado que tem mídia (token ou cartão magnético) terá que ter ou adquirir um desses dispositivos”.

O certificado digital equivale a uma carteira de identidade do mundo virtual, é a versão eletrônica de todos os documentos de PF e PJ, de forma segura e com autenticidade garantida por criptografia complexa. “Na prática funciona como CPF ou CNPJ eletrônico”, explica Paula.

Por meio do Certificado digital é possível assinar documentos com validade jurídica e fazer transações online com segurança. “Essa ferramenta garante a autenticidade das operações online e identifica pessoas físicas e jurídicas por meio de uma assinatura eletrônica”, diz.

O Certificado digital pode ser feito por qualquer pessoa que precise efetuar transações pelo meio eletrônico, seja pessoa física, profissional liberal, empresas optantes pelo Simples nacional, empresas do lucro resumido ou MEI. Na ACIM os modelos mais usados custam R\$ 240 para e-CNPJ para não associados e R\$ 175 para associados. Já o e-CPF custa R\$ 160 para não associados e R\$ 120 para associados.

Para fazer a emissão online, basta entrar em contato com o departamento de Certificado digital pelos telefones 0800 600 9595, (44) 3025-9608 ou pelo Whatsapp (44) 99995-6801. É possível também fazer a solicitação direto pelo site <https://www.faciap.org.br/certificadodigital/pontos/?id=98> ou solicitar pelo site e fazer o agendamento por telefone. Depois, o cliente receberá um link para a videoconferência.

**A UniFCV nasceu em  
2005 em Maringá, no Paraná**

**hoje somos**

Mais de **90 cursos** de graduação

Mais de **300 cursos** de pós-graduação

Mais de **300 polos**

Mais de **18 mil alunos**

Contamos com mais de 90% de  
professores mestres e doutores e com  
uma infraestrutura de mais de 12 mil m<sup>2</sup>.

**Estamos preparados  
para mudar o futuro!**



## INVESTIMENTO EM MÍDIA: PLANEJAR PARA RETORNAR

Profissionais explicam passos para uma estratégia de comunicação bem-sucedida; escolha dos meios depende dos objetivos

por **Fernanda Bertola**

Se ‘quem não é visto não é lembrado’, como diz o ditado, nos negócios é preciso ter estratégias de comunicação para ser bem-visto pelos consumidores, despertando o desejo de compra e aumentando o retorno do investimento em mídias. Praticamente consenso entre os publicitários, esse planejamento deve começar respondendo ‘onde estamos e onde queremos chegar’.

Antes de fazer uma propaganda, as empresas precisam olhar para o setor de atuação e para a própria organização, avaliando os números, produtos ou serviços. A presidente da Associação dos Profissionais de Propaganda de Maringá (APP) e diretora artística do Grupo Maringá de Comunicação, Jany Lima, ressalta que só com planejamento é possível comunicar a marca de forma assertiva e ter bom posicionamento.

“Uma das primeiras perguntas que as empresas devem se fazer é: onde estão as pessoas que queremos alcançar? Se estão vendo TV, é lá que vai anunciar. Se estão ouvindo rádio, esse veículo deve ser o escolhido. Também é preciso estudar o que pode ser feito com base no orçamento. Um erro é investir em mídia sem o direcionamento adequado, o que pode fazer perder dinheiro”, diz.

De acordo com Jany, normalmente as empresas reservam de 3% a 7% do faturamento para investir em publicidade e mídia. A experiência em anos anteriores ou recursos de outras origens também são parâmetros que podem ser utilizados para calcular o investimento. “Antes de definir quanto investir, é preciso estimar quanto trazer de retorno. Devemos pensar nesse percentual e planejar a ação de comunicação para um retorno superior ao investido”, recomenda.

O cálculo do retorno de mídia pode se basear em vários fatores e estratégias. Jany explica que a gestão deve considerar, basicamente, quanto



**“UMA DAS PRIMEIRAS PERGUNTAS QUE AS EMPRESAS DEVEM SE FAZER É: ONDE ESTÃO AS PESSOAS QUE QUEREMOS ALCANÇAR?”, APONTA JANY LIMA, DA APP**

custa o produto, tíquete médio e quanto se gasta para trazer um cliente. Mas também é possível fazer essa estimativa utilizando estratégias simples. Como exemplo, ela cita campanhas que identificam de qual meio veio o cliente, além de ofertas diferentes para cada plataforma. “Para pequenos

negócios, é vantajoso apostar em ofertas. Verificar de onde vem o comprador ajuda a mensurar o retorno”, pontua. Ela acrescenta que os empreendedores só cortam publicidade quando se sentem inseguros sobre o retorno, mas as agências oferecem planejamento para isso, além da parte criativa.

## DIGITAL

De acordo com o Conselho Executivo de Normas-Padrão (Cenp), instituição que reúne os principais veículos de comunicação, anunciantes e agências de propaganda brasileiros, o investimento em publicidade no país passou de R\$ 16,5 bilhões em 2018 para R\$ 17,5 bilhões em 2019. A participação dos veículos de internet foi a que mais aumentou: foi 17,7% para 21,2%, seguida da mídia exterior, que passou de 8,4% para 10,5%.

O sócio da agência Digimax, Douglas Cardoso, diz que o digital acompanha o movimento das pessoas e exemplifica que é improvável que mesmo um consumidor que faz as compras em loja física não espie antes no Google. “Antes o consumidor chegava na loja para receber as informações, hoje ele chega sabendo as marcas, características do modelo e até o preço. É durante essa busca que as empresas podem aparecer e se colocarem como opção. Costumo dizer que as grandes empresas têm a opção de ir para o marketing digital, para as pequenas e médias isso é obrigatório para sobrevivência e expansão”, ressalta.



**DOUGLAS CARDOSO, DA DIGIMAX: “AS GRANDES EMPRESAS TÊM A OPÇÃO DE IR PARA O MARKETING DIGITAL, PARA AS PEQUENAS E MÉDIAS ISSO É OBRIGATÓRIO PARA SOBREVIVÊNCIA E EXPANSÃO”**

Tendo em conta uma campanha planejada, a escolha da mídia digital depende do serviço ou produto, lembrando que as plataformas são complementares. “Na maioria dos casos há espaço para várias mídias em um negócio, principalmente fazendo uso das mais famosas que são Facebook, Instagram, Google e YouTube. Porém, em cada mídia a abordagem e o resultado serão diferentes. Por exemplo, uma empresa que instala ar-condicionado usará o Google Ads para ganhar clientes imediatos, que são aqueles que ligam na urgência precisando de manutenção ou instalação. Nas redes sociais essa empresa pode trabalhar a prevenção.”

Outro ponto destacado por Cardoso é que a jornada de compra – tempo que o cliente leva entre começar a planejar até efetuar a compra – está mais complexa. O consumidor pesquisa no Google, pede recomendações nas redes sociais, assiste a vídeos no YouTube, acessa o Reclame Aqui, sites especializados, lê avaliações, além de fazer boca a boca, o que exige das empresas uma estratégia

bem montada para converter a venda.

Sobre os resultados, o empresário explica que a forma mais comum para medir é a chamada conversão, que são códigos instalados no site das empresas e que mostram se o consumidor comprou ou fez contato e de onde veio, isso quando vem da propaganda. É possível saber exatamente quantas ligações, e-mails, mensagens ou vendas aconteceram a partir dos anúncios, o horário que as pessoas procuraram a empresa e até o modelo de celular elas usavam na pesquisa. Contudo, é preciso que as configurações ofereçam dados corretos, para evitar tomadas de decisão baseadas em informações erradas.

Sobre o retorno financeiro, Google, Facebook e Instagram possuem estratégias de anúncios com base no que é esperado. Cardoso diz que a mais conhecida do público geral é o chamado ROAS, sigla para Retorno sobre o Investimento em Publicidade. Em parceria com o estrategista, a empresa poderá definir o percentual de retorno sobre o investimento em publicidade, e a ferramenta trabalhará para promover essa entrega. Ele explica que quando a loja é virtual essa conta é mais simples, já que é possível medir a receita. Já em caso de prestador de serviços ou site que trabalha com ligações ou carrinho de orçamento, o mais comum é o CPL (Custo por Lead). “Uma floricultura com tíquete médio de R\$ 100 pode determinar que no máximo R\$ 15 da venda será investido para gerar essa transação. Se a empresa registrar as informações e souber que a cada três ligações ela fecha uma venda, o estrategista poderá determinar que o CPL desejado para essa campanha é de R\$ 5 e trabalhar em busca desse resultado”, exemplifica.

Cardoso frisa que o trabalho vai além de apertar o botão de impulsionar, por isso contar com profissionais é fundamental. De acordo com ele, existem mais de duas mil opções de segmentações, que incluem idade, região, religião, ideologia política, entre outras. Além disso, o especialista destaca que 75% da decisão de compra do cliente está atrelada ao criativo, o que as ferramentas não fazem.

## MÍDIAS TRADICIONAIS

O diretor de criação da Sol Propaganda e vice-presidente da ACIM para assuntos de comunicação, Walter Thomé Júnior, reforça a necessidade das empresas terem objetivos bem definidos. “As repostas mais comuns são ‘quero vender mais’, mas às vezes a empresa é desconhecida e é preciso, antes, tornar a marca conhecida. Ou é preciso tornar-se conhecido de um segmento de público ainda não atingido. Pode ser preciso agir em razão de estratégias de concorrentes. Há várias possibilidades”, explica Thomé.

Frequentemente, em uma estratégia de comunicação mais de um veículo é envolvido, entre eles televisão, rádio, outdoors, painéis, jornais, re-

vistas e o digital. Para Thomé, o principal meio de comunicação no Brasil ainda é a televisão aberta, que recebe os maiores volumes de verba e atinge a maior quantidade de público de uma só vez. “É um tiro de canhão e está aí a grande vantagem desse meio, que funciona especialmente para quem deseja atingir públicos de sexo, faixa etária, regiões e níveis de escolaridade distintos, como os supermercados. E em termos relativos, a TV se mostra um dos meios mais econômicos pela quantidade de pessoas atingidas.”

Sobre os outdoors e painéis, Thomé destaca que a mídia externa tem crescido no mundo, e costuma funcionar para as empresas que desejam se



**WALTER THOME JÚNIOR, DIRETOR DA SOL PROPAGANDA: “UMA PROPAGANDA BOA OU RUIM VAI TER O MESMO CUSTO NO VEÍCULO, ENTÃO INVISTA EM UMA BOA COMUNICAÇÃO E RECORRA A AGÊNCIAS COMPETENTES”**

comunicar com compradores de determinada região. Além disso, esse tipo de mídia não escapa do olhar dos que passam por ela

Já a mídia impressa continua se mostrando relevante principalmente no quesito credibilidade. “Muitos dizem que a mídia impressa está ultrapassada, mas não é assim. Uma mensagem levada por meio impresso pode ser tocada pelas pessoas, o que inspira verdade, honestidade. E isso agrega credibilidade à informação que o negócio está comunicando”, diz.

Outra plataforma que oferece a oportunidade de alcançar vários públicos é o rádio. Thomé diz que o custo do rádio é relativamente menor em relação aos demais, presente em quase todos os lares e permite trabalhar mais com a imaginação do ouvinte. Ele explica que as narrativas ajudam a provocar sensações nos consumidores, o que influencia as decisões de compra.

“Para cada veículo o planejamento é diferente. Em geral, é preciso comunicar com clareza e, de preferência, de uma forma atraente e interessante, o que as pessoas chamam de criativa. Uma propaganda boa ou ruim vai ter o mesmo custo no veículo, então invista em uma boa comunicação e recorra a agências competentes”, finaliza.

## O REGIME IDEAL PARA PAGAR MENOS IMPOSTOS

Mudança de regime deve ser feita em janeiro e é indicada após análise que envolve ramo de atividade, custos da folha de pagamento, margem de lucro, entre outros fatores

por **Fernanda Bertola**

Aplicar o regime tributário adequado à realidade da empresa é indispensável para garantir uma boa gestão, já que as possibilidades geram impactos distintos sobre o lucro. A escolha ocorre na abertura do negócio ou sempre em janeiro de cada ano, quando aqueles que estão em funcionamento podem mudar o regime, desde que em dia com as obrigações fiscais.

As principais formas de tributação são o Simples Nacional, Lucro presumido e Lucro real, vantajosos ou não dependendo de cada caso. “Na hora de abrir uma empresa é essencial fazer o planejamento, que dá subsídios para a escolha do melhor regime. Por vezes, o empreendedor pensa no melhor endereço, em estratégias de venda e deixa de analisar a tributação e, com isso, pode pagar mais impostos e prejudica a saúde financeira do negócio”, adverte o contador, consultor e membro do Núcleo de Contabilidade, Júnior Cesar Marcon, da Aracon Contabilidade.

O planejamento tributário é um instrumento legal utilizado para auxiliar na definição da modalidade de tributação menos custosa. “Desenhamos um cenário considerando quanto a empresa projeta em vender, quanto espera de gastos, folha de pagamento e outros aspectos que podem representar mais ou menos impostos, conforme as alíquotas de cada regime. Isso deve ser feito o ano todo, mas é comum as empresas se atentarem próximo à troca de ano”, explica Marcon.

O Simples Nacional geralmente é utilizado por pequenos negócios, já o Lucro presumido é comum entre os prestadores de serviço e o Lucro real, em grandes organizações. Segundo o contador, isso não é regra e variáveis devem ser observadas. “Entre um regime e outro existe uma diferença no imposto pago sobre a folha de salário. A alíquota sobre o faturamento também varia conforme o tamanho e o tipo de tributação, por isso é importante projetar e analisar. É possível que um modelo inicialmente não cogitado possa se encaixar melhor”, exemplifica.



**JÚNIOR CESAR MARCON, CONTADOR:**  
**“POR VEZES, O EMPREENDEDOR PENSA**  
**NO MELHOR ENDEREÇO, EM ESTRATÉGIAS**  
**DE VENDA E DEIXA DE ANALISAR A**  
**TRIBUTAÇÃO E, COM ISSO, PODE PAGAR**  
**MAIS IMPOSTOS”**

Para as empresas que estão na ativa, Marcon diz que “vale a pena fazer a mudança sempre que estiver pagando mais imposto do que deveria”. Ele recomenda uma reanálise sobre o ramo de atividade, impostos municipais, projeções de faturamento, folha de pagamento, estimativa de gastos, entre outros fatores.

Por conta da pandemia, que quebrou as previsões, foi apresentado o Projeto de Lei Complementar (PLP) 96/2020, que autoriza a mudança no período de pandemia e não apenas em janeiro. A proposta está no Senado Federal. “Acredito que seja difícil a proposta ser aprovada, porque o trâmite é demorado e estamos chegando em janeiro, quando a alteração pode ser feita”, analisa Marcon.

## VANTAGENS E DESVANTAGENS

Para o também integrante do Núcleo de Contabilidade Luis Bevilaqua, da Bevilaqua Contadores Associados, de modo geral compensa enquadrar o contribuinte no Simples Nacional. O sistema de arrecadação é único, facilitando o recolhimento de impostos. “No Simples, paga-se uma alíquota fixa conforme a atividade e o faturamento. Além disso, não há contribuição previdenciária sobre a folha de pagamento”, explica. A desvantagem, contudo, vem se a folha de pagamento sofrer grande redução, porque é possível, em uma simulação, encontrar alíquotas mais favoráveis em outros regimes.

A opção pelo Lucro presumido, baseado na presunção do lucro, mostra-se vantajosa em atividades regulamentadas pelos seus conselhos, dependendo ainda do valor da folha de pagamento. “No caso de prestadores de serviço, a base de cálculo considera que a empresa terá 32% de lucro sobre o faturamento, e é sobre esta base que os impostos são gerados”, diz Bevilaqua. “Se o contribuinte perceber que a alíquota do Simples está ficando maior que a alíquota do Lucro presumido, a mudança é positiva”, acrescenta.

Outra possibilidade, o Lucro real é aplicado sobre o balanço contábil da empresa e, por isso, costuma assustar os empreendedores. Segundo Bevilaqua, no entanto, o modelo pode compensar para negócios que calculam prejuízo. É que enquanto no Simples a alíquota é fixa e no presumido incide sobre o que foi projetado, no lucro real o imposto



**“QUANDO O BALANÇO É NEGATIVO, NO LUCRO REAL A EMPRESA NÃO PAGA IMPOSTOS FEDERAIS”, EXPLICA O CONTADOR LUIS BEVILAQUA**

é cobrado apenas sobre o que de fato a empresa lucrou – neste caso as alíquotas do PIS e da Confins são mais altas, mas não são cumulativas, podendo significar redução de tributos com créditos.

“Há momentos em que a empresa tem prejuízo e empréstimos bancários que o faturamento não está cobrindo. Quando o balanço é negativo, no Lucro real naturalmente a empresa não paga impostos federais. É um modelo que costuma ser positivo para empresas do comércio. Quando o lucro líquido for menor ou igual a 10% do faturamento, esse regime compensa”, explica. “Em cada regime ainda há uma série de detalhes, por isso, as empresas precisam buscar assessoria qualificada para o estudo se optarem por mudar. O trâmite acontece junto à Receita Federal”, acrescenta.

Há ainda o Microempreendedor Individual (MEI), CNPJ que pode faturar até R\$ 81 mil no ano. Para quem fatura até esse valor a opção se mostra atrativa: paga-se valor fixo entre R\$ 53,25 e R\$ 58,25 em guia única.

## DO SIMPLES PARA O PRESUMIDO

No grupo RGK4IT, do ramo de tecnologia da informação, o regime tributário de uma das duas empresas passará do Simples Nacional para o Lucro presumido em 2021. “Foi um estudo que começou há dois anos junto à assessoria jurídica e à contábil. Não tem para onde correr, mas pela maneira como são calculados os impostos e pelo que é cobrado para o nosso tipo de atividade, acreditamos que vamos conseguir diminuir o impacto dos tributos nos negócios”, conta o empresário Antônio Carlos Ghizzi Rogoski.

Há 14 anos no ramo e atualmente com 30 colaboradores, será a primeira vez que o Lucro presumido será aplicado. A expectativa é que a carga fique 15% menor. Embora a empresa espere sobrecarga administrativa com as adequações de controles e processos para operar a contabilidade, já planeja fazer reinvestimentos no negócio e em outras demandas, como qualificação, uma forte necessidade do setor.

Rogoski conta que a alta carga tributária cobrada no Brasil desanima e faz empresários cogitarem abrir mão do negócio. “Mas aí recorremos aos assessores jurídicos e contábeis para procurar orientação, meios e recursos que permitam minimizar o impacto dos impostos cobrados pelo Estado e seguimos em frente.”



**DEPOIS DE DOIS ANOS DE ANÁLISE, ANTÔNIO CARLOS GHIZZI ROGOSKI, DA RGK4IT, VAI MIGRAR O REGIME TRIBUTÁRIO DO SIMPLES NACIONAL PARA O LUCRO PRESUMIDO**

## SIMPLES

O Simples Nacional oferece alíquotas menores que outros modelos, administração tributária simplificada, com o pagamento de uma única guia para toda a arrecadação. Para participar do regime, a empresa deve faturar até R\$ 4,8 milhões anuais e precisa se enquadrar nas atividades permitidas. As alíquotas variam conforme o faturamento

## PRESUMIDO

O Lucro presumido é utilizado por prestadores de serviços, como médicos, dentistas e economistas. A apuração deste regime impacta no Imposto de Renda Pessoa Jurídica (IRPJ) e a base de cálculo para recolhimento de impostos varia com a atividade da empresa. Os cálculos realizados incluem Imposto de Renda (IR), Contribuição social e os impostos PIS, Cofins e ISS sobre a receita, ICMS e IPI. Se o imposto ultrapassar R\$ 60 mil, incidem 10% sobre o excedente

## REAL

O Lucro real permite que a empresa pague o IR e a contribuição social sobre a diferença positiva entre receita da venda e os gastos operacionais em determinado período. Este regime costuma interessar quando há combinação de um grande volume de faturamento com margens de contribuição apertadas. Se o imposto ultrapassar R\$ 60 mil, incidem 10% sobre o excedente.

Fonte: Sebrae



## AUMENTO DOS NÚMEROS DE COVID

Com leitos de UTIs com ocupação próxima de 90%, aumento da ocupação de leitos/enfermarias e alto número de casos de coronavírus em Maringá e região, diretores da ACIM, de outras entidades, hospitais públicos e técnicos da prefeitura realizaram diversas reuniões, na segunda quinzena de novembro, para discutir a redução da propagação do coronavírus e como evitar um colapso na área de saúde.

Numa reunião em 24 de novembro o prefeito em exercício Edson Scabora anunciou a mudança da matriz de risco de Maringá de amarelo (moderado) para laranja (risco alto), alteração no horário do toque de recolher, suspensão da prática de esportes coletivos, entre outras medidas que constam em decreto municipal. No mesmo encontro, prefeitos de dez municípios da região foram conclamados a intensificar a fiscalização de aglomerações e a tomar medidas semelhantes às de Maringá. Na ocasião, hospitais de Campo Mourão, Cianorte e Colorado estavam com 100% dos leitos ocupados.

Só em Maringá, de março a novembro, foram registradas na Ouvidoria, segundo o secretário de Fazenda, Orlando Chiqueto, mais de 15 mil denúncias de aglomeração, o que gerou quase sete mil vistorias. “Temos que adotar medidas em conjunto com todos os municípios para evitar a sobrecarga do sistema de saúde e também para manter todas as atividades em funcionamento”, reiterou o presidente da ACIM, Michel Felipe Soares.

Num encontro realizado em 20 de novembro (foto), também na Associação Comercial, representantes de hospitais públicos e privados, planos de saúde e técnicos da prefeitura deram um panorama da situação, o que inclui dificuldade de comprar insumos como luvas e equipamentos de proteção individual, cansaço dos profissionais que estão trabalhando há vários meses no atendimento dos pacientes e a dificuldade de fiscalizar festas clandestinas e aglomerações em geral. A ACIM, inclusive, está realizando nova campanha de conscientização da população, reforçando medidas de distanciamento social, uso de máscara e de álcool em gel. As peças publicitárias estão disponíveis nas redes sociais.

Governo do Paraná e prefeitura de Maringá anunciaram novas medidas para o combate ao coronavírus.





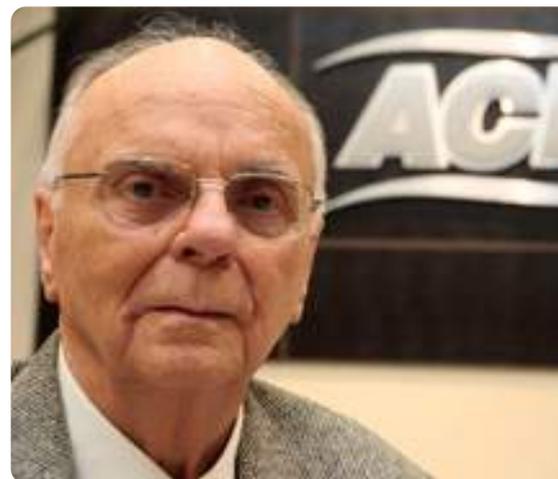
## ASSOCIADO DO MÊS

Próxima de completar dois anos, a Fiber Max, que tem sede em Maringá, oferece todo tipo de solução na área de telecomunicações. “Trabalhamos com fibra óptica, uma atividade que vem crescendo. A telecomunicação constitui uma área da engenharia elétrica que tem como finalidade prover o que é necessário para que as pessoas consigam se comunicar a distância”, detalha Dionathan Rodrigues, sócio de Bárbara Rodrigues da Silva. A em-

presa, que conta com dez colaboradores, deve aumentar a equipe. Entre os planos está a expansão para outros estados, com atuação com rede de internet própria. “Pesquisas apontam que um em cada quatro brasileiros não tem acesso à internet, ou seja, cerca de 46 milhões não acessam a rede. Pretendemos expandir nossas atividades para esses locais”, planeja o fundador da empresa. A matriz da Fiber Max Engenharia de Telecomunicações fica na rua Hilton Cesar de Oliveira, 199, Jardim Santa Clara. Os telefones são (44) 3801-0898 e (44) 99969-5147.

## MORTE DE EX-PRESIDENTE

Faleceu em 22 de novembro o ex-presidente da ACIM Manoel Mário de Araújo Pismel, que presidiu a entidade por duas gestões na década de 60. Por seu trabalho e contribuição ao associativismo e desenvolvimento regional, Pismel recebeu a maior homenagem da Associação Comercial, a Comenda Américo Marques Dias, em 2013. Ele fez um trabalho imprescindível para a trajetória da entidade. “A ACIM não tinha sequer instalação e precisava ser fortalecida. Nossa maior dificuldade foi reunir os empresários e convencê-los de que, unidos, conseguiríamos benefícios que trariam melhorias a todos. E foi o que começou a acontecer”, afirmou.



## REVITALIZAÇÃO DE LOJAS

Com taxa de juros de 0,55% mais CDI e até 48 meses para pagar é possível revitalizar lojas e outros estabelecimentos comerciais. Isso acontece por meio da campanha ‘Comércio bonito é comércio bem cuidado’, realizada pela ACIM com parceria da Noroeste Garantias e do Sicoob, que disponibilizou linha especial para operações avalizadas pela Noroeste Garantias. A operação deve ter valor de até R\$ 50 mil, sendo necessário apresentar orçamento ou projeto da obra, além dos documentos disponíveis em [www.noroeste-garantias.com.br](http://www.noroeste-garantias.com.br). Mais informações pelo telefone (44) 3023-2283 ou com os consultores da ACIM. Também é possível acessar crédito da Fomento Paraná, que tem escritório na Associação Comercial e disponibiliza linhas para capital de giro e investimento, como reforma, ampliação e aquisição de equipamentos em até 60 meses.

## BARREIRAS DO COMÉRCIO EXTERIOR

A burocracia é o maior empecilho para acessar o comércio exterior, de acordo com 37% das empresas. É o que revela pesquisa feita pela ACIM. A segunda maior dificuldade é o câmbio, com 17%, seguido pela falta de conhecimento na área, com 16%, capital de giro, com 11%, e não ter clientes e fornecedores no exterior, com 10%. Outros empecilhos citados foram impostos, língua estrangeira, conformidade dos padrões externos de qualidade, tempo de espera até chegar o produto, certificações e custo com transporte/validade do produto. Para superar as dificuldades de acessar o comércio externo, o presidente do Instituto Mercosul, Aluizio Andreatta, indica três caminhos: planejamento, atualização sobre os assuntos que impactam a operação e contar com parceiros que ofereçam soluções e garantam segurança no processo, a exemplo de despachantes aduaneiros, instituições financeiras e instituições de fomento ao comércio exterior que oferecem conhecimento. Mais informações sobre o trabalho da entidade, que fica no prédio da Associação Comercial, em [www.institutomercosul.org.br](http://www.institutomercosul.org.br)



### APRIMORE CONHECIMENTOS E SE ATUALIZE COM A ESCOLA DE NEGÓCIOS DA ACIM!

FONTE DE CONHECIMENTO QUE AUXILIA NO DESENVOLVIMENTO DE DIVERSAS HABILIDADES COM **MAIS DE 1.200** CURSOS DISPONÍVEIS.

CURSOS PRESENCIAIS  
E NA MODALIDADE EAD!



APONTE SUA  
CÂMERA AQUI



## NOVOS ASSOCIADOS

Actum Treinamentos	(44) 3637-2999
Angela Rocha Sobrancelhas Beauty	(44) 99918-0568
Arena 87 Futevolei Bar	(44) 99994-0181
Atelie da Beleza	(44) 3040-5667
Bela Diva	(44) 99855-2137
Bem Estar Produtos Naturais	(44) 3046-3299
BIN Advogados	(44) 3040-5978
Box One	(44) 99117-4678
Brimex International	(44) 3029-0304
Cafisso Contabilidade	(44) 3224-1523
Canaã Seven	
CEI Maranata	(44) 99967-2668
Centro de Beleza New Look	(44) 3031-4241
Clau's Espaço Beleza e Estética	(44) 3037-6463
Clínica M.R	(44) 3028-4942
Clube Morena Rosa	(44) 3123-5238
CM Look Store	(44) 3024-9899
Coisas de Bicho Pet Shop	(44) 3046-3800
Difal Alimentos	(44) 3027-5151
Disk Cerveja Canaã	(44) 3246-3864
Docfor Tecnologia	(44) 99859-9922
Dumestry Alimentos	(44) 3023-8957
Eletrobasso	(44) 3013-5596
Emporio Kaipira	(44) 99841-2255
Emporio Shinnai	(44) 99148-2343
Estofados Adonai	(44) 99829-2765
Gardin Preparações Automotivas	(44) 3034-4305
Gi Presentes e Variedades	(44) 99821-3900
Grêmio Esportivo Maringá	(44) 3264-0533
Grupo Sul Brasil	(44) 3305-7650
H Seg - Vigilância e Segurança Patrimonial	(44) 3262-1141
Harmonia Studio de Pilates	(44) 99955-4778
Hilgo Gonçalves Desenvolvimento Organizacional	(41) 99801-6333
Imobiliária Herval	(44) 99990-5190
Imobiliária Laurindo Imóveis	(44) 99954-7767
Indigo Educacional	(44) 98808-4151
Integralli Fisioterapia e Pilates	(44) 98848-7999
Juh Iasiunik Store	(44) 99731-9253
Kanabara Açaí	(44) 99862-4447
L C Verum	(44) 99176-2204
LBX Construtora	(44) 3046-4901

Lextell Celular e Informática	(44) 3354-4381
Milumina Semijoias	(44) 99944-7242
Move Decor	(44) 99161-6375
MR Car	(44) 99833-6321
MV Consultores Associados	(44) 3305-1776
Natural House	(44) 99923-0709
Nori Dias Fotos e Vídeo	(44) 3224-5129
Nutri Centro de Nutrição	(44) 99946-4367
O Frigideira	(44) 3262-5083
Piratas	(44) 3246-2843
Planeta Pink Store	(44) 99869-7437
Plant Art	(44) 9998-5094
Primavera Modas	(44) 99849-3333
Priscila Fernandez Camargo de Oliveira	(44) 99134-8173
R & A Contabilidade e Consultoria	(44) 99966-4634
Rls50 Consultoria	(44) 99143-1970
Safira Estética & Acupuntura	(44) 3031-4448
Servipa Cobranças	(44) 3032-9595
Siga	(44) 3301-8550
Silva Cosméticos	(44) 99856-4955
Solar Max Energia Solar	(44) 3024-2020
Studio D Santos	(44) 3263-6949
Studio Santore Pilates e Fisioterapia	(44) 99768-0498
Temazi Solar – Soluções Energética	(44) 99139-0023
União Associação de Proteção Veicular	(44) 99902-6072
Via Confidencial	(44) 3029-5909
VIT Personal Center	(44) 3029-1323
ZM Hospitalar	(44) 3225-3799

## EXPEDIENTE

Ano 57 nº 615 dezembro/2020, **Publicação Mensal** da ACIM, 44 | 30259595 | **Diretor Responsável** Rodrigo Fernandes, vice-presidente de Marketing | **Conselho Editorial** Cris Scheneider, Eraldo Pasquini, Giovana Campanha, Helmer Romero, Jackeline Fenilli, Jociani Pizzi, Josane Perina, Luiz Fernando Monteiro, Michel Leal, Paula Aline Mozer Faria, Paulo Alexandre de Oliveira, Ribamar Rodrigues e Rodrigo Fernandes | **Jornalista Responsável** Giovana Campanha - MTB05255 | **Colaboradores** Camila Maciel, Fernanda Bertola, Giovana Campanha, Lethícia Conegero, Monique Manganaro, Rosângela Gris | **Fotos** Ivan Amorim, Walter Fernandes | **Revisão** Giovana Campanha, Helmer Romero, Rosângela Gris | **Capa** Agência Nova Inteligência | **Produção** Matéria Comunicação 44 | 3031-7676 | **Editoração** Nova Inteligência | **Escreva-nos** Rua Basílio Sautchuk, 388, Caixa Postal 1033, Maringá-PR, 87013-190, revista@acim.com.br | **Conselho de Administração** Presidente Michel Felipe Soares | **Conselho Superior** Presidente José Carlos Valêncio | **Copejem** Presidente Lucas Di Loreto Peron | **Acim Mulher** Presidente Cláudia Michiura | **Conselho do Comércio e Serviços** Presidente Petrojan Vaz Neves | **Conselho do Empreender** Presidente Michael Tamura | Os anúncios veiculados na Revista ACIM são de responsabilidade dos anunciantes e não expressam a opinião da ACIM - A redação da Revista ACIM obedece ao acordo ortográfico da língua portuguesa. **Contato Comercial Jociani Pizzi 99828-0011**

**57** anos  
cocamar

É pela confiança na  
cooperação que  
celebramos a força  
do agronegócio.

PAM  
PAM  
PAM

**PIX**

**SEM MISTÉRIO,  
É NO SICOOB.**

Abra o App Sicoob.  
Escolha sua Chave Pix.  
E comece a usar.

O Pix é o novo meio de pagamento eletrônico criado pelo Banco Central para pessoas e empresas. Com ele, você transfere, recebe e paga de forma instantânea, a qualquer dia e hora, sem precisar digitar dados bancários. Além de rápido e prático, o Pix é gratuito para pessoas físicas.

**Leva menos de 1 minuto para  
escolher a sua Chave Pix!**

Saiba mais em:

**[sicoob.com.br/pix](https://sicoob.com.br/pix)**

Central de Atendimento Sicoob 24 horas. Dúvidas relacionadas ao uso dos canais de autoatendimento. Capitais e regiões metropolitanas: 4000 1111 - Caso a localidade não possua o serviço 4000 ou 4007 é necessário informar o número da operadora mais o DDD 61: (0xx 61 40001111). Demais localidades: 0800 642.0000. Ouvidoria: 0800 725 0996 - Reclamações, elogios e sugestões, de segunda a sexta, das 8h às 20h. Deficientes auditivos ou de fala: 0800 940 0458 - de segunda a sexta.

 **SICOOB**  
*Faça parte.*